

CSR の取り組み

グループ各社の CSR 活動

1899年の創業以来、サントリーは、その長い歴史の中で事業を拡大し、現在では、サントリーグループとして、酒類、食品事業にとどまらず、健康食品、外食、花事業など広範な分野で活動しています。

さらに、アジア・オセアニア、欧州、米州における食品・酒類ビジネスなど、世界各国で幅広く事業を展開しています。

本サイトでは、グループ会社のさまざまな取り組みを掲載しています。

国内グループ会
社の活動



海外グループ会
社の活動



国内グループ会社の活動

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

サントリー食品インターナショナル (株)

国内・海外の食品事業



ハーゲンダッツ ジャパン (株)

スーパープレミアム・アイスクリーム「ハーゲンダッツアイスクリーム」の製造・販売



(株) ダイナック

「響」「魚盛」「鳥どり」などの多業態飲食店の経営、ゴルフ場・リゾートレストランの運営受託



(株) プロントコーポレーション

カフェとしてもバーとしても利用場面の多い「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開



井筒まい泉 (株)

とんかつおよび揚げ物、和風・洋風・会席料理などのレストラン運営（仕出弁当・ケータリング）、ヒレかつサンドをはじめとする各種お弁当・和風惣菜の製造および販売



サントリーフラワーズ (株)

花苗・鉢花、野菜苗および切花の開発・生産・販売



サントリーミドリエ (株)

環境緑化システム「花のかべ」「ミドリエデザイン」などの製造・販売・メンテナンス



サントリーマーケティング&コマース (株)

酒類関連備品販売（酒販店様・飲食店様向け）、企業の販促支援・代行（キャンペーン企画・景品提案・配送・事務局運営等）、ワイン等酒類の店頭、通信販売



サントリーパブリシティサービス (株)

サントリーグループ各社の広報・マーケティング支援業務・コンサートホール・美術館など文化施設の管理運営・サービス業務・イベントの企画・運営業務・コールセンターの運営・研修・コンサルティング業務・人材派遣業務など

ハーゲンダッツ ジャパン (株)

本社所在地	〒153-0051 東京都目黒区上目黒2-1-1
設立	1984年8月
資本金	4億6,000万円
売上高	481億円 (2015年度)
従業員数	224名 (2015年12月末)
事業内容	スーパープレミアム・アイスクリーム「ハーゲンダッツアイスクリーム」の製造・販売
ホームページ	http://www.haagen-dazs.co.jp/



会社概要・理念

■ “Dedicated to Perfection. (完璧を目指す)”

1984年8月の創業以来、ハーゲンダッツ ジャパン (株) は「お客様の期待を超えるフローズンデザートを提供することにより、お客様に喜びと感動を提供し続ける」ことを使命として企業活動を行っています。

その活動を支える哲学ともいえる企業理念が「Dedicated to Perfection (完璧を目指す)」です。商品の開発からお客様のもとに届くまで、品質・ブランドはもちろんのこと、すべての企業活動においてお客様の視点に立って完璧を目指し、私たちの使命を果たしていきます。

主なCSR活動

■ CSR経営の推進

CSRに関する意識啓発を徹底

コンプライアンスの推進、情報開示、リスクマネジメントといった、企業の基礎的で根幹的な活動に注力しています。社長を委員長とするコンプライアンス委員会の定期開催、経営層・マネジメント層への研修などを通じて、企業人としてのあるべき姿を再確認しています。また、社内イントラネットでコンプライアンス、リスクマネジメント、品質保証、環境などのさまざまなCSR活動に関する情報を全従業員へ発信し、意識啓発を図っています。

さらに、従業員が倫理的に正しくない行為が行われていることに気づいた際、報告・相談できる窓口として「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。このホットラインについては「コンプライアンス・ハンドブック」や各種研修で従業員に周知しています。

■ 食品の安全と品質への取り組み

原材料の品質を追求

お客様にハーゲンダッツ・モーメント (ハーゲンダッツを口にしたときの至福の瞬間) をお届けするために、品質には徹底的にこだわっています。アイスクリームの主原料である牛乳には特にこだわり、酪農家の方々は牛一頭一頭の体調に合わせた飼料の調整や、牛乳の成分を左右する牧草や土壌の成分まで管理しています。また、味を決めるフルーツやナッツ、チョコレートなどの副原料も世界各地から厳選して使用しています。安全・安心な商品づくりはもちろん、お客様に感動していただける、より高品質な商品を提供することがハーゲンダッツブランドを高めていくと考えています。

食品安全、および品質管理に関する認証を取得

ハーゲンダッツ群馬工場では1998年に「総合衛生管理製造過程による食品の製造または加工」(厚生労働省HACCPプログラム)、2013年5月には国際的な食品安全マネジメントシステムであるFSSC22000も取得しました。このFSSC22000に則った管理を徹底することにより、原料調達から、生産、物流までのすべての工程において、食品安全をさらに強固なものとしています。



群馬工場

品質に関する従業員教育を展開

すべての従業員が品質について正しく理解し、日々の業務を行えるように、社内イントラネットに「品質のこだわり」というページを設置しています。このページでは、ハーゲンダッツの品質への取り組みがまとめて見られるようになっています。また、新入社員向けの研修には、アイスクリームの品質に関するセミナーも組み込み、品質管理の大切さを十分に身につけられるように配慮しています。

■環境への取り組み

環境の国際規格ISO14001を取得

ハーゲンダッツ群馬工場では、2001年に環境の国際規格であるISO14001を取得。水道や電気の使用量の削減目標を設定して、環境に配慮した商品づくりを行っています。さらに、製造の途中で出た原料の残りは、動物の飼料にするなど食品リサイクルに取り組み、資源の有効活用を図っています。

また、本社・支店でも、2009年12月にISO14001を取得しています。

ライフサイクル全体でCO₂削減に向けた取り組みを推進

生産から物流、販売に至るまでCO₂削減に向けた省エネ活動を推進しています。また、オフィスでも電気や紙などの使用量を管理して、省エネ活動に取り組んでいます。

包材の軽量化

ミニカップ、リッド、スプーンや段ボールなどの包材を薄肉化し、包材軽量化による環境負荷低減に取り組んでいます。

廃棄物の削減

2015年度の食品廃棄物排出量は506トンで、アイスクリームは飼料や肥料にリサイクルするなど、再資源化にも積極的に取り組んでいます。

■お客様との関わり

お客様とのコミュニケーションを強化

お客様とのコミュニケーションを大切にし、いただいたご意見を事業活動に反映しています。2010年には「お客様満足のための基本方針」を制定。この方針に則って、全従業員が行動しています。

お客様満足のための基本方針

わたしたちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な商品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

お客様相談室の行動指針

- 1.お客様からのお問い合わせ・ご指摘などに対して、迅速かつ確に、丁寧に対応して参ります。また、公平、公正であるように努めて参ります。
- 2.お客様に信頼され、喜んでいただけるさまざまな情報を、お客様に提供いたします。
- 3.お客様のご意見・ご要望や社会の求めるものを、社内に適切に反映させて参ります。
- 4.お客様の権利を保護するため、消費者保護に関する法規及び社内の自主基準を遵守いたします。

また、ハーゲンダッツ ジャパン(株)は、上記基本方針・行動指針を行動規範として、ISO10002に則った「お客様対応規定」を制定しました。この規定では、お問い合わせやご指摘をいただいたお客様の権利を認識し、企業活動へのお客様の満足を維持・向上することを目的に、お客様対応についての積極的な取り組みと責務を明確にしています。さらに、この規定に基づいた詳細な基準・手順を定め、周知徹底を図っていきます。

商品の開発にあたっては、モニタリング、マーケティングリサーチ、アンケート調査などを実施して、お客様のニーズを把握し、ご要望・ご期待に応える商品・サービスを提供するよう努めています。また、お問い合わせ窓口も設置し、お客様からのご意見やご要望を受け付けています。

お客様相談室に寄せられたお客様の声を活かして、栄養成分の表示や、商品パッケージのアイコン（フレーバーの写真）をわかりやすくするなど、商品・サービスの改善に努めています。

■ビジネスパートナーとの関わり

ビジネスパートナーに向けた環境意識啓発活動

物流協力会社を対象に、環境意識啓発活動を行っています。毎年1回「ドライバースクール」を開催し、環境に配慮したエコドライブのコツなどをお伝えし、日々の運転で実践していただいています。

品質管理に関する監査を実施

サプライヤーの選定にあたっては、原材料のおいしさに加え、トレーサビリティなど食の安全・安心に関わる品質管理ができることを基準とし、その確認のために必要な監査も実施しています。

■地域・社会に対する取り組み

霧多布湿原ナショナルトラストを支援

主原料の牛乳の生産地である北海道根釧地区において、2007年から厚岸郡浜中町の霧多布湿原ナショナルトラストへの支援を行っています。霧多布湿原は国内では3番目に大きな湿原で、1993年にはラムサール条約にも登録されています。資金面の支援に加え、毎年当社従業員が地元の方々とともに、木道の補修をするなど湿原の景観保全のボランティア活動を行っています。このボランティア活動は2015年で9回目となり、24名の従業員が参加しました。この活動は、引き続き毎年実施していく予定です。



木道補修風景（2015年）

フードバンクにアイスクリームを寄贈

2007年よりNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンのフードバンク活動[※]に対し、アイスクリームを寄贈しています。また、当社従業員が直接児童養護施設へアイスクリームをクリスマスプレゼントとして届けるボランティア活動も行っています。

※フードバンク活動：製造・流通過程などで出る、安全上は問題がないにも関わらず、廃棄される食品の寄付を受け、社会福祉施設などに無償で提供する活動



児童養護施設へ
アイスクリームを寄贈



クリスマスにアイスクリームを
届ける従業員の様子

食育+キャリア教育の出張授業を開催

食育やキャリア教育を目的に、東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県の小中学校を中心に出張授業「おいしさってなんだろう？」というプログラムを年間約30校で実施しています。「食への感謝の気持ち」や「仲間と協力する楽しさ」、また「仕事を通じて誰かに喜んでもらう嬉しさ」を多くの子供たちに体験してもらっています。

その他、2015年はハーゲンダッツのミルクの故郷である浜中町の中学校と高校で実施、また「サントリー東北サンさんプロジェクト」の一環として、いわき市「中央台東第二児童クラブ」で授業をしました。



食育出前授業の様子



子どもたちが考えた新商品の企画を発表

企業訪問を受け入れ

中高生を対象にハーゲンダッツ ジャパン (株) 本社での企業訪問を受け入れ、「ブランド」「品質へのこだわり」「商品開発の流れ」などを学んでいただいています。2015年は46校383名の企業訪問を受け入れました。



企業訪問の様子

■従業員に対する取り組み

公正な人事制度を整備

従業員がやりがいをもって働けるように、自己評価と上司からの評価を面接で話し合い、公正で納得性の高い評価制度を整備しています。

障がい者雇用を促進

主に本社事務職などの業務を対象に、障がい者雇用を行っています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と家庭・社会生活の両立を支援するために、ワークライフバランスに配慮した取り組みを推進しています。特に、長時間勤務は従業員の心身への影響も大きいと、時間外勤務の削減を全社的課題と位置づけ、徹底した管理を実施するほか、労働時間の適正化を図っています。(店舗勤務の従業員はシフト制の別勤務形態のため別途取り組みを行っています)

次世代育成支援の取り組みを強化

従業員が長く働きやすい環境で活躍できるよう、育児休業制度や育児短時間勤務制度の充実・強化を図っており、2008年に「次世代育成支援企業」認定マーク[※]を取得しています。2015年3月時点で、小学生以下の子どもをもつ従業員は69名で、そのうち8名が育児時短勤務制度を利用しています。

※「次世代育成支援企業」認定マーク「くるみん」：子育てをしている労働者の仕事と家庭の両立支援のための環境整備、子育てをしていない従業員も含めた多様な労働条件の整備に取り組んでいる企業として、厚生労働省から認定を受けた企業が取得できるマーク



健康で働きやすい職場づくり

独自の取り組みとして、従業員一人ひとりの行動をポイント化する福利厚生制度「ロハスポイント」を導入しています。この制度は、マラソン・ウォーキングイベントへの参加やスポーツクラブ利用など、健康によいことを実践するごとにポイントが加算される制度で、貯まったポイントに応じてカタログから好きな景品をプレゼントしています。

また、心の健康にも配慮し、社外窓口を設置して相談を受け付けています。メンタルヘルスに関する研修も年1回実施するなど、疾病の予防と早期発見に努めています。

さらに、職場における差別やハラスメントを防止するために研修会や職場勉強会を開催し、従業員の意識啓発に取り組んでいます。

(株) ダイナック

本社所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿1-8-1 (大橋御苑駅ビル7F)
設立	1958年3月
資本金	17億4,162万円
売上高	361億3,410万円
従業員数	945名
事業内容	「響」「魚盛」「鳥どり」「パパミラノ」などの多業態飲食店の経営、ゴルフ場・リゾートレストランの運営受託
ホームページ	http://www.dynac.co.jp/



会社概要・理念

■「食の楽しさをダイナミックにクリエイトする」それが私たちの仕事です

悲しみ、苦しみ、怒りのとき、人は食を欲しない。お祭り、語り、出会い、記念日など、人間にとって食べることはいつも楽しさにつながっている。私たちの仕事はそんな喜びあふれる生活に貢献することです。これは大変な仕事であり、終わりのない努力を要する仕事です。しかし価値のある仕事でもあります。食の楽しさを縦横に切り拓き、お客様に喜んでいただけるプログラムをいっぱいもっている企業。そんな企業を目指しています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

CSRの考え方

CSRの基本は本業を全うすることであり、安全・安心な「最高の商品」と「最高のサービス」を提供し、お客様からいただいた「ありがとう」「おいしかったよ」「また来るよ」といった言葉を仕事の喜びにつなげて持続することと考えています。

コーポレート・ガバナンス

(株) ダイナックではコーポレート・ガバナンスの推進体制として、監査等委員会設置会社を選択しております。

取締役会は7名で構成され(監査等委員3名含む)、経営全般に関わる課題の意思決定を行っています。また、執行役員制度により迅速な業務執行を図っています。

監査等委員会は社外取締役2名を含む3名で構成され内部統制システムを利用して、取締役の職務執行や経営全般の職務執行状況について監査を実施しています。加えて、外部監査法人が会計監査を実施し、第三者の立場から検証しています。内部監査は監査部を設置し、業務執行の健全性の維持に努めています。

また、重要なリスクについてはリスクマネジメント委員会において網羅的・総括的に管理しています。さらにCSR推進を専門に担当する執行役員を配置し、組織機能のすべてにおいてCSRの徹底を図っています。

コンプライアンスの徹底

「サントリーグループ企業倫理綱領」に基づき、コンプライアンス規定およびコンプライアンス・ホットライン規定を制定し、遵守の徹底を図っています。

従業員の意識啓発

イントラネット上で従業員向けにコンプライアンスをわかりやすく解説するとともに、コンプライアンス・ハンドブックを作成し、全従業員に配布しています。また、各部署での勉強会や「従業員意識調査」を定期的実施し、浸透度を確認しています。さらに、コンプライアンス・ホットライン周知のため、啓発ポスターを全店舗に掲載しています。

リスクマネジメント

(株) ダイナックでは、経営危機管理、機密管理、リスクマネジメントに関して規定を設け、企業経営に関わるリスクマネジメントの充実強化を図っています。また、情報セキュリティについても、個人情報の保護、従業員の保護に関する規定のもと、個人情報の開示・訂正・利用停止等対応基準、ITシステム利用基準などを制定し、厳格な運用に努めています。さらに、事業に関わるさまざまなリスクを抽出し、リスク発生の未然防止と迅速な対応を図る体制づくりに取り組んでいます。

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を2009年12月に取得しています。(株) ダイナックの掲げる環境方針の実践に向け、PDCAサイクルによって継続的に環境改善活動を推進しています。

省エネルギーの取り組み

各店舗では、省エネルギーの取り組みとして、電気・水・ガスの使用量削減に目標を定めて取り組んでいます。また、社用車の一部を環境負荷の少ないハイブリッド車に切り替えています。

食品廃棄物の削減・再資源化

(株) ダイナックは、食品リサイクル法を遵守し、生ごみなどの食品廃棄物の削減・再資源化に取り組んでいます。

■お客様との関わり

品質保証マネジメントシステムによる安全・安心の追求

食の安全・安心を追求し、お客様にご満足いただけるサービスを提供するために、品質保証マネジメントシステムを構築・運用しています。これに基づき、品質保証本部が中心となって品質保証方針(計画)の策定や店舗の衛生検査・不良商品の分析を実施。さらに、内部監査を実施して継続的な改善に取り組んでいます。

「お客様の声対応方針」の制定

(株) ダイナックは、「お客様の声対応方針」を制定し、常にお客様満足度の向上に取り組んでいます。

お客様の声対応方針

- 一. 私たちはお客様からのお問い合わせ・ご指摘に対し誠意を持って迅速かつ適切に対応してまいります。
- 一. 私たちはお客様のご意見・ご要望に対し心から感謝し積極的に企業活動に反映してまいります。
- 一. 私たちはお客様の声に常に耳を傾けることで商品・サービスの向上に活かしてまいります。

お客様の声を店舗の活動に反映

ホームページなどからお客様の声を積極的に収集し、ご意見・お問い合わせを全店舗で共有できるネットワークを構築しています。また、各店舗に対するご指摘は、店舗および営業責任者にフィードバックし、店舗の改善活動に反映しています。

■従業員に対する取り組み

ダイバーシティの推進

企業の発展には多様性の尊重が重要であると、(株) ダイナックは考えています。近年では、性別や年齢にとらわれず多様な従業員が活躍できるよう社内体制を整備し、その結果、女性の管理職も増えつつあります。

また、各店舗における地域への貢献も企業成長のために不可欠であり、特に障がい者雇用は重要な課題だと考えています。外食産業は障がい者雇用率の低い業種ですが、(株) ダイナックでは法定雇用率を上回る2.1%の雇用率を維持しています(2015年12月末現在)。今後も雇用率を上げるだけでなく、地域の支援機関・ハローワーク・支援者・保護者と連携し、障がい者本人の働きがいや生きがいとなるように、個々にきめ細やかな対応を心がけて取り組みを継続しています。



ダイナック三木サービスエリア店
(兵庫県)にて7年間勤務をしている
従業員

公正で納得性の高い評価制度

(株) ダイナックでは、職能資格制度を導入しています。管理職の従業員は、目標管理シートによって自身の目標を設定し、その結果を上司との面談を通じて話し合い、納得性の高い評価・処遇につなげています。

労働時間の適正化

毎月、個々の労働時間を集計し、適正値を超える従業員をリストアップして、経営陣および所属部長に報告し是正を促しています。また、労働時間短縮のプロジェクトを立ち上げ、人員配置の適正化、店舗オペレーションの見直しなどを行い根本的な解決を図っています。

育児・介護のサポート

法律を遵守した社内規則を制定し、育児・介護休業の取得を促進しています。また、対象者の要請があれば時短勤務、所定外労働の免除、深夜業の制限なども行っています。

心身の健康管理を支援

従業員の健康管理については、定期健康診断の受診を徹底し、メンタルヘルスケアに関しては従業員のストレスチェックを毎年実施し管理体制の充実に努めています。役員を含む管理職に対して管理者研修を実施しているほか、社外に相談窓口を設け、カウンセリングとメンタルサポートを行っています。

(株) プロントコーポレーション

本社所在地	〒108-0075 東京都港区港南1-8-27 (日新ビル)
設立	1988年2月1日
資本金	1億円
売上高	238億円 (2015年度実績)
従業員数	277名 (2015年12月) (連結)
事業内容	カフェとしてもバーとしても利用場面の多い「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開
ホームページ	http://www.pronto.co.jp/



会社概要・理念

■Dream comes true !

今年で創業28年を迎えた(株) プロントコーポレーションは、昼はカフェ、夜はバーとなるオンリーワン業態の「プロント」をはじめ、カフェ業態や立ち飲みバーなどを主にフランチャイズで展開しています。

2001年には「プロントルネッサンスプロジェクト」という経営改革の一環で経営理念を再構築し、“Dream comes true !” を目標として掲げました。これは「従業員が楽しく働ける会社」で「お客様に喜ばれるお店」を増やすことによって、加盟店・本部がともに成長していくことを表現しています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

CSRに関する意識啓発を徹底

コンプライアンスの推進、情報開示、リスクマネジメントといった、企業の基礎的で根幹的な活動に注力しています。社長を委員長とするコンプライアンス委員会の定期開催、幹部・管理職への研修、職場単位での研修、職場リーダーによる職場勉強会などを通じて、企業人としてのあるべき姿を再確認しています。また、社内イントラネットでコンプライアンス、リスクマネジメント、品質保証、環境などのさまざまなCSR活動に関する情報を全従業員へ発信し、意識啓発を図っています。

さらに、従業員によって倫理的に正しくない行為が行われていることに気づいた際、報告・相談できる窓口として「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。このホットラインについては「コンプライアンス・ハンドブック」や全従業員・直営キャスト全員に配布した名刺サイズのカード、さらには各種研修で従業員への周知徹底を図っています。

CSRという概念を独自に解釈し、全従業員で共有

CSR経営を推進していくためには、全従業員が共通の価値観をもつことが何よりも重要だと考えています。すべての従業員に、プロントが考えるCSRを正しくわかりやすく伝えるためにCSRという言葉で「Customer Smile Relationship (プロントグループに関わるすべての人たち (Customer) が笑顔 (Smile) になるような関係 (Relationship) をつくる)」と定義し、プロント流CSRを推進。ハンドブック「SHARING SMILE」を作成し、全従業員に配布。従業員には、心のこもったおもてなしを提供することが、お客様の笑顔につながると伝えています。



「当たり前のことを、あえてメッセージとして伝える」ことを主眼に絵本タイプの「ハンドブック」を作成

コンプライアンスの浸透を徹底

コンプライアンス面では、全従業員に冊子「SUNTORY SPIRIT ～私たちが大切にしていること」を配布するとともに、各部署間でコンプライアンスの意識啓発活動を実施し、問題点を抽出して対策・啓発に努めています。また、全従業員向けに「コンプライアンス・ホットライン」を設置し、従業員の抱えるさまざまな問題に速やかに対応しています。



「SUNTORY SPIRIT」

リスクマネジメントの推進

食品の衛生管理、お客様の店舗における事故、地震などの災害を対象としてリスクマネジメント委員会を組織し、各リスクへの基本対策を協議・立案しています。

また、情報セキュリティ・個人情報保護・機密情報保全などについては、専門担当部門を設置し、方針・規定の制定や社外への発信、従業員への理解浸透を図っています。

さらに、自社ブランドの知的財産権を取得する場合に他社の知的財産を侵害しないよう、新規商品名や業態名を調査し、必要に応じて商標や意匠権の取得を行っています。

■品質への取り組み

品質マネジメントを徹底するためには、すべての商品の導入時からお客様のお口へ入るまで、一元管理が必要と考えています。そのため、食材の安全性はもとより、食材の品質、食材流通時の品質、飲食時の品質など、すべてのシーンにおける品質条件を守るべく、さまざまな取り組みを行っています。

衛生検査体制の確立

通常業務での品質・衛生環境チェックはもちろん、定期衛生検査や外部機関による衛生検査を導入し、店舗衛生品質の強化に努めています。さらにチェーン全体での衛生知識向上のために講習会や勉強会などにも取り組んでいます。手洗いマニュアルの改定やセンサー式アルコール噴霧器の導入などを通じて、全従業員の衛生意識の向上を図り、店舗衛生管理マニュアルの遵守に努めています。

VOC（お客様の声）の反映

お客様からのご指摘やご意見・ご要望などを、貴重な外部評価と捉え、品質マネジメントの向上に反映すべく、VOC推進に努めています。お客様から寄せられたご指摘情報を各部署へ素早くフィードバックするのももちろん、VOCグループと各事業部内会議にて相談・協議を行っています。

■環境への取り組み

プロントグループでは、2008年に「環境委員会」（現・エコ推進委員会）を設置。「環境方針」を制定して、さまざまな環境活動に取り組んでいます。

「環境方針」

- 1.プロントグループは、以下を重点実施項目として取り組みます。
 - 1.省資源・省エネを行いCO₂の削減に努めます。
 - 2.廃棄物の減量化・再資源化に取り組みます。
 - 3.従業員自らエコオフィスを実現し、グリーン調達を推進します。
 - 4.従業員自らエコオフィスを実現し、グリーン調達を推進します。
 - 5.広く社会に環境情報を開示します。
- 2.環境マネジメントシステムを構築し、環境目的・目標を設定して環境保全活動に取り組み、継続的改善・環境汚染の予防につなげます。
- 3.環境関連の法規制・協定を順守します。
- 4.この環境方針は、プロントグループCSR基本理念である「関わるすべての人たちが笑顔になるような関係をつくる」ことをめざし、全従業員・ビジネスパートナー様等携わる全ての人々に周知し、環境教育・啓発などを通じ、環境意識の向上に努めます。

ISO14001認証を取得

2009年12月に環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得し、継続的に環境活動を推進しています。

P LOVE GREEN 宣言

プロントは、2010年4月に「お客様の精神（こころ）と肉体（からだ）に安らぎと喜びを与え、明日への創造を生み出すJUNCTIONとなる」という基本理念と、プロントのブランドカラーである「Green」という原点を見つめ直し「P LOVE GREEN 宣言」を発表し、新たな活動をスタートさせました。人と自然にやさしい、また、ワクワクするプロントらしい活動を「P LOVE GREEN」と名づけ、メニューやグッズ、店内環境、エンターテインメントの提供や社会貢献活動にまで広がっています。

※「プロント・ラブ・グリーン」キャンペーンに関するお知らせ

マークの付いた商品代金の一部は、2010年、東京都の「海の森」プロジェクトの寄付から始まり、2011年東日本大震災以降は東北被災地の緑化復興へと活動に支援をしています。また、2016年からは次世代の子どもたちに環境配慮の糧を渡すべく子どもたちとともに環境活動を実施しています。「Green」をテーマに国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを「PRONTO」全店続々と導入していきます。また、2016年4月14日・17日の熊本地震復興義援金に当面の間使用させていただきます。従業員一丸となり活動を支援しております。詳細は下記「P LOVE GREEN」リンクを参照ください。



P LOVE GREEN 今後の活動

- 環境緑化**
緑をもっと、美しい日本へ
メニューの売上の一部と店舗募金の金額を、環境緑化のために寄付しています。今後も、日本各地の環境を良くする活動を行っていきます。
P LOVE GREENのマークのついた商品代金の一部は環境緑化活動に寄付されます。
地球に、暮らして、LOVEを。
“ひとと自然にやさしい”
プロント計画、はじまっています。
- メニュー**
素材を厳選、“安心”をお届け
産地・製法にこだわった安全な素材を使用しています。これから大自然の美味しさがつまみやすくなるメニューを続々とお届けします。
- 環境商材**
環境に心を配る、“循環型”のお店づくり
使い捨てしない「エコ箸」や、店舗で使用している「角瓶」を再利用したグラスを採用しています。環境に配慮した、循環型社会への貢献をめざします。

お客様・加盟店・従業員が協力して緑化を推進

「P LOVE GREEN 宣言」の活動の第1弾として、2010年5月から国産素材にこだわった商品売上げの一部を東京都の「海の森」プロジェクトに寄付する「P LOVE GREEN キャンペーン」を開始しました。2010年度の東京都「緑の東京募金」への7,130,220円の寄付にはじまり、その後も継続的に各緑化活動に寄付を行っています。

また、寄付だけに留まらず、従業員とフランチャイズ加盟店の希望者が「海の森」植樹祭に参加し、2010年から5年間にわたり、述べ240名が参加し、約6,000本の苗木を植樹しました。

「海の森」プロジェクトは、ごみと建設発生土で埋め立てられた東京湾内の中央防波堤内側埋め立て地に苗木を植え、美しい森に生まれ変わらせる計画で、2020年には東京オリンピック会場として活用されることが決まっています。

この活動をきっかけに、2011年以降は日本各地の環境緑化へと活動を広げています。

2011年の東日本大震災以降は被災地の緑化事業にも寄付し、2012年および2015年には農林水産大臣感謝状をいただきました。加えて、少しずつですが復興復旧が始まった、岩手県吉里吉里地区で、高台に移転した幼稚園への植樹活動を実施、現地の方々の冬に欠かせない「復活の薪」と名づけた薪づくりの支援、関東の千葉県においても被災した防災林などの植樹活動を現地の子どもたちとともに実施しています。さらには、次世代の子どもたちへ環境学習の糧（たすき）を渡す活動を新たに加え、従業員一丸となり活動を支援してまいります。

プロントのホームページにおいて、活動の詳細を報告しています。

今後も「Green」をテーマに国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを拡充してまいります。



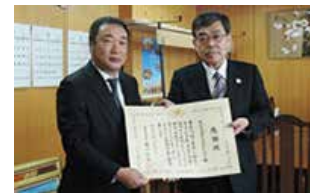
「P LOVE GREEN キャンペーン」の対象商品



「海の森」植樹祭



当社社長より寄付金を贈呈



林野庁今井敏長官から農林水産大臣感謝状（過去2回拝受）



前田信弘副知事から東京都知事



茨城県神栖市で行われた
矢田部海岸防災林植樹



水戸市の小学生300人と
植樹活動



津波警報時に逃げる高台の
避難路の森林整備



高台に移転した幼稚園の
周りの山桜の植樹



東北の方々の冬に欠かせない
「復活の薪」づくり

廃棄物の減量化・再資源化

プロントグループ全店でごみの完全分別に取り組んでいます。指定廃棄物処理業者と直接契約できるテナント店舗においては、生ごみの100%堆肥化を推進し、不燃ごみも100%再資源化・リサイクルしています。

また、2012年においてはコーヒー豆かすの再資源化にも取り組みました。

コーヒー豆かすを再利用した植木鉢「CAFE TSUCHIKO」の開発

プロントで廃棄されるコーヒー豆かすは1日約2トン。おいしく飲まれている一方で毎日大量のコーヒー豆かすは廃棄されています。

試行錯誤を重ね、誕生したのがコーヒー豆かすと間伐材からできた植物由来の植木鉢「CAFE TSUCHIKO (カフェ ツチコ)」です。

「CAFE TSUCHIKO」には、細かな空気穴があるため土に十分な空気を送ることができ、根腐れが起こりにくく、植物に最適な環境をつくれます。

また、植物由来の製品のため、植物が大きくなったら、そのまま大きな鉢や庭に植え替えることができ、自然に土に戻ります。



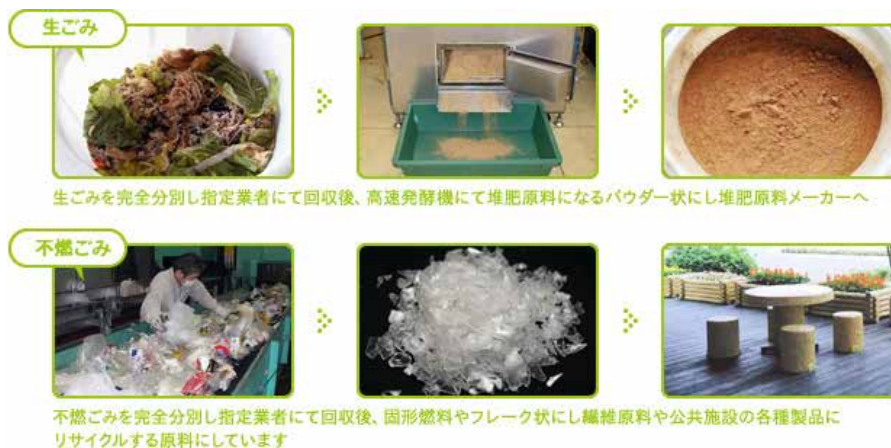
店内の壁面にコーヒー豆かすを再利用

東京スカイツリー®にあるプロント東京ソラマチ®店では、「聚楽(じゅらく)壁」にコーヒー豆かすを混ぜあわせ、消臭・店内の湿度管理に役立っています。



多様な再資源化・リサイクルの推進

プロントグループでは、自然の恵みを商品としてお客様に提供していることから、その恵みをできるだけ循環させることが大切であり、将来に向けて再生していく義務があると認識しています。そのため、グループを挙げて食品廃棄物の削減に積極的に取り組んでいます。食品リサイクル法では外食産業には食品廃棄物の40%のリサイクル、または削減という義務数値が定められていますが、2014年にはその目標を大きく上回る63%という数値を達成しています。



環境に配慮した資材・包材を使用

テイクアウトに使用する紙袋・プラスチックカップ・紙おしぼり・紙ナプキンを軽量化しています。また、非木材を混入した紙の導入や、印刷に使用するインキも大豆インキに切り替えるなど、環境に配慮した活動を推進しています。

さらに、年間約240万膳使用していた割り箸は、2010年6月までに、全店でシンジオタクチックポリスチレン（SPS）樹脂でできたリユース箸への切り替えが完了しました。これは原木換算115本、森林面積に換算して約35平方メートルの森林保全につながり、年間18トンもの廃棄物の削減になります。そのほか、お客様トレーは再生ABS原料を使用したリサイクルトレーを使用しています。



紙袋の軽量化



リユース箸



お客様トレー

空きびんをリサイクルした「PRONTO Eco Glass」を開発

2010年4月より、サントリーウイスキー「角瓶」の空きびんをリサイクルした「PRONTO Eco Glass」を導入しています。



「角瓶」の空きびんを利用した「PRONTO Eco Glass」

リペアによる長期使用で廃棄物を削減できる「PRONTOブロンズグラス」

お客様に「ザ・プレミアム・モルツ」のプレミアム感をより深く味わっていただくために開発した「PRONTOブロンズグラス」。ブロンズグラスは、ガラス製グラスのように簡単には破損しないものの、美しい色合いは次第に劣化します。そこでプロントでは、リペアしてブロンズ本来の色合いをよみがえらせ、長期間使用することで廃棄物の削減につながっています。



地球温暖化防止の壁面緑化も導入

プロントグループは大型ビル内のテナント出店が中心です。そこで、店内環境改善と地球温暖化防止のために、店舗設計上可能な店舗では壁面緑化システムを導入し、CO₂の吸収を推進しています。



壁面緑化システムの導入

店舗での節水活動を推進

水使用量削減のため、各店舗では節水コマや節水トイレを導入しています。また、2012年から全店舗で水使用量・排水量の可視化を進め、水の使用量削減に努めています。

ペットボトル再生素材を用いたユニフォームを導入

主要業態PRONTOを中心にペットボトル再生素材を用いたユニフォームを使用しています。



ペットボトル再生素材を用いたユニフォーム

社会福祉活動

ビジネスパートナー様などから年末年始に頂くカレンダーで、活用できずに不要となったものを回収し、社会福祉法人港区社会福祉協議会様へ社会貢献の一環として寄付を実施しています。



環境活動に従業員も参加

従業員の有志がNPOに協力して富士山の樹海でのごみ清掃に参加しており、こうした活動を通じて店舗におけるごみ減量の意識を高めています。

また、サントリー「天然水の森 赤城（法人の森林（もり）」の整備活動への参加体験を通じて店舗で使う水の節水意識を高めるなど、環境意識の啓発活動も行っています。



富士山の樹海での清掃活動



「天然水の森」の整備体験

プロント品川店が環境省の省エネ照明モデル事業に選定

(株)プロントコーポレーションでは、地球環境を経営資源の1つと認識し、環境との調和に配慮して、環境保全と循環型社会の実現を目指し活動しています。その一環として、新規店舗・改装店舗を皮切りに、客席照明の発光ダイオード(LED)採用を進めています。LEDは発熱量が少なく、冷房などの室内空調への負荷も軽減できるため、標準店舗と比較して消費電力を50%削減できます。これはCO₂換算で年間約7トンの削減に相当します。

2010年2月には、この改装プランが、環境省の「平成20年度省エネ照明デザインモデル事業[※]」に選ばれました。「Talk to the Lights ～もう一度照明と語り合いませんか」をコンセプトにした照明計画では、従来の照明を抜本的に見直し、一層の省エネと居心地のよさを演出できる照明設計を実施。客席をはじめ店内通路や外部看板の照明もLED電球に切り替え、消費電力とCO₂排出量を大幅に削減しました。

新店舗については、店内照明のほぼ100%をLED電球化していますが、既存店でも順次切り替え、現在では約7割の店舗でLED電球化が実施されています。

当社は、今後も、お客様や従業員の環境意識を高め、エコ企業にふさわしい活動を展開していきます。

※省エネ照明デザインモデル事業：省エネ照明の導入を通じてCO₂排出量の削減を加速させるため、省エネ照明を率先して導入する商業施設や店舗などを公募し、全国に広く普及しうる省エネ照明導入モデルの確立を目的とする事業



■お客様との関わり

お客様の声への対応方針に基づく活動を展開

(株) プロントコーポレーションは「お客様の声への対応方針」「行動指針」に基づいて、お客様満足度の向上を目指し、お客様対応に取り組んでいます。

「お客様の声への対応方針」

私たちは、一つ一つのお客様の声に対して、真摯に向き合い誠実・迅速に対応します。
また、お客様の声を頂けることに感謝し企業活動へ反映させます。

「行動指針」

- 1.『お客様の声』を感謝の気持ちで伺い対応する
- 2.誠実・迅速・公平・公正に対応する
- 3.『お客様の声』を企業活動へ反映させ、基本理念を体現した店舗づくりを行う

お客様に適正飲酒を啓発

すべての店舗の入口に「20歳以下、ドライバー飲酒禁止シール」を掲出して、お客様に適正飲酒の呼びかけを行っています。



20歳以下、ドライバー
飲酒禁止シール

Webサイトでのアレルギー情報開示

近年、社会問題ともなっている食物アレルギーによる重篤な事故を防止するため、主要業態PRONTOではメニューに7大アレルギーの特定原材料(卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに)を情報開示しています。

さらにWebサイト上の特定アレルギー情報では7大アレルギーだけでなく、特定原料に準ずるすべての項目(20項目)を公開し、お客様に安心してお食事を楽しんでいただける環境を整えています。

店内の環境改善を推進

健康増進法への取り組みの一環として、新しい店舗は完全分煙とし、既存のお店では改装や改修工事の際に、順次分煙化を進めています。今後も社会からの要請や法令等に対応して店内環境の向上に努めていきます。



店内に分煙設備を導入

■地域・社会に対する取り組み

災害時の被災者支援

地震などの災害が発生したときには、携帯電話の無料電源供給や簡易トイレの無料提供、さらにライフラインが止まっていない場合には温かい飲み物の提供なども行っていく予定です。

■従業員に対する取り組み

従業員の心と体の健康をサポート

従業員のメンタルヘルス対策のために、外部専門家と提携した24時間対応の電話相談窓口を設置しています。また、体の健康管理としては、通常の健康診断、生活習慣病検診、人間ドックなど、従業員が自らの健康維持に役立てられる環境を整えています。

従業員に連休取得を義務づけ

従業員の仕事と生活の両立を支援するために、各種休暇制度を導入しています。ダイナミックホリデー制度は、従業員に5連休以上を年2回以上取得することを義務づける制度です。また、レクリエーション制度なども導入しています。

従業員の成長・自己実現を支援

人材育成のため、各種内定者研修（入社前4回）をはじめ、入社時研修（1カ月）や、マネジメント研修、サービス研修、リーダーシップ研修、メンタルマネジメント研修、海外研修、さらにはサントリーグループ共通の応募型研修も用意しています。さらにプロントビジネススクールという研修制度を設け、ソムリエやワインアドバイザー、コーヒーマイスターなどの飲食専門資格をはじめとする専門技能をもった人材育成に励んでおり、今後は社労士・宅建などの国家資格の取得支援も検討しています。

また、従業員の自己実現を支援するために、各自が異動希望を申請できる自己申告制度を設けて、希望者の約半数が希望を実現しています。

さらに、今後は新卒・中途採用以外の新しい採用枠として、キャストの社員化にも積極的に取り組み、雇用の安定に貢献していきます。



プロントキッチン研修



ワイン研修

ダイバーシティの推進

多様な人材を採用し、人事活性化を目指して、ダイバーシティを推進しています。障がい者雇用・外国人雇用の促進や主婦層の活用を積極的に行っています。さらに次世代の人材の養成と共存を図るために、嘉悦大学との産学連携を通じてゼミ講師・インターンシップの受け入れにも取り組んでおり、今後も目白大学、飲食系専門学校との連携も実施する予定です。

井筒まい泉（株）

本社所在地	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前4-8-5
設立	1965年11月30日
資本金	1千万円
売上高	108.11億円（2015年度実績）
従業員数	357名（2015年12月）
事業内容	とんかつおよび揚げ物、和風・洋風・会席料理などのレストラン運営（仕出弁当・ケータリング） ヒレかつサンドをはじめとする各種お弁当・和風惣菜の製造および販売
ホームページ	http://mai-sen.com/



会社概要・理念

■お客様第一の心を大切に

とんかつ専門店のトップブランド「とんかつまい泉」で知られる井筒まい泉(株)は、1965年の創業以来、「お客様第一の心を大切に」をモットーに、安心・安全で美味しい食材の提供に努めることで、着実な発展を遂げてきました。一介の主婦が創業者となり東京・有楽町に開いた1号店を皮切りに、現在では直営レストラン9店舗に加え、百貨店や駅ナカを中心とした全国55店舗の直営店を運営するとともに、仕出しやお弁当、通信販売事業など、こだわりの味をさまざまな事業を通じてお届けしています。

2008年からサントリーグループの一員となり、グループのバックボーンを活かしながら、伝統ある「まい泉」ブランドを大切に守り続けています。

企業理念

私たちは、「お客様の美味しい笑顔」の為に、
商品を「まごころ」をこめて製造し、
「おもてなし」の心をもって販売することを
常に心がけていきます。
そして、会社を取り巻くすべての人に
「いい会社だね」といって頂けるように、
様々な努力を続けてまいります。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

企業理念・行動規範を全従業員で共有

まい泉が果たすべきCSRとは、創業以来の「お客様第一の心」をもって、『お客様の美味しい笑顔』の為に、商品を『まごころ』をこめて製造し、『おもてなし』の心をもって販売する」という企業理念の実践にほかなりません。

まい泉では、CSR経営の原点とも言える「企業理念」に加え、従業員がなすべきことを示した「行動規範」を策定しています。これらを携帯可能なカードにして全従業員に配布するとともに、朝礼での唱和などを通じて浸透を図っています。



企業理念と行動規範を記したカードを全従業員が携帯

行動規範

1.法令及び社会規範の順守

私たちは、法令・社会規範・社内外の諸規則やルールを守り、高い倫理観に基づいて、社会に信頼される企業活動に努めます。

2.お客様第一主義の徹底

私たちは、何よりもお客様が第一であることを徹底し、お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安心・安全で質の高い商品とサービスの提供に努めます。

3.社員の尊重

私たちは、互いに個人を尊重し、誰もが生き活きと働くことができる職場づくりに努めます。

4.公平かつ公正な取引

私たちは、お客様・取引先を始めとするすべての関係者との間で、公正で透明な事業活動に努め企業の社会的責任を果たします。

5.地域社会への貢献

私たちは、地域社会の一員として、地域社会との調和や連携に努めると共に、良き企業市民として積極的に社会貢献に取り組みます。

リスクマネジメントの推進

まい泉は、お客様の個人情報の取り扱いについて、管理ルールを設けて厳重に管理しています。個人情報扱う機会の多い通信販売事業においては、サントリーグループのネットワークを使用し、グループと同等のセキュリティ対策を実施しています。

また、近年、従業員のSNSを用いた不適切な情報発信が社会問題となっていることを踏まえて、独自の「SNSポリシー」を設けるとともに、店長会議などを通じて従業員への意識啓発を強化しています。

ブランドマネジメントの強化

創業以来、約半世紀にわたって培ってきた「まい泉」ブランドの価値を守り、高めていくために、商標登録するとともに、ロゴマークの使用についてはガイドラインやマニュアルを定めて厳格に管理しています。

■食品の安全と品質への取り組み

品質を支える「こだわり」

「とんかつまい泉」の美味しさへのこだわり、「妥協」の文字はありません。お客様に本当に美味しいとんかつを召し上がっていただくために、豚肉をはじめとしたすべての食材・調理方法にこだわり、培ってきた味を妥協なく守り続けています。

衛生管理体制の確立

まい泉では、レストランや直営店舗で調理したのとなかつを提供していますが、食材の加工や下ごしらえなどは、1995年に設立した高津工場（神奈川県川崎市）で行っています。高津工場では、徹底した品質管理と独自の製造方法により、変わらない味と品質を守っています。

2008年には、規模の拡大にあわせて衛生管理面も含めた全面改装を行い、汚染防止のためのゾーニングと気圧管理、異物混入防止のための金属探知機、X線探知機などを導入しました。また、品質衛生管理部を中心とした組織体制を整備しながら、エアシャワーや粘着ローラなど毛髪対策や、作業室に入室する際のルールを徹底しました。さらに、カードロックの導入や、工場内の順路を一方通行にするなど、物理セキュリティ対策も強化しました。これら設備面での取り組みと基準やルールづくりを推進したことで、2010年には品質管理の国際規格であるISO9001の認証を取得しています。



高津工場

国内均一の品質管理体制

まい泉はこれまで、関西圏の店舗にも、高津工場から食材を輸送していましたが、関西のお客様により良い品質をお届けするために、2013年に大阪工場を新設しました。高津工場で培った品質管理の手法やノウハウを展開することで、均一な品質を実現しています。

衛生管理教育の徹底

「食の安全・安心」を支えるのは、従業員一人ひとりの食品衛生に対する知識と意識です。このため、パート・アルバイトを含めた全従業員を対象に、徹底した衛生管理教育を実施しています。eラーニングに加えて、ネットワーク環境のない店舗のために紙での教材も用意しており、受講率は100%を維持しています。

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証を2009年12月に取得し、全社的な環境活動を推進するための実務者を置いて継続的に活動しています。

食品リサイクルの推進

早くから廃油の100%リサイクルを実現するなど、食品廃棄物の排出量削減とリサイクルに注力しています。「ヒレかつサンド」製造時に切り落とされるパンの耳については、パン粉製造者や飼料製造者に販売するほか、ラスクの材料として利用しています。これらの取り組みの結果、高津工場ではリサイクル率90%以上、店舗では約40%を維持しており、今後もさらなる向上に努めていきます。

食品廃循環リサイクルによるオリジナル豚肉「甘い誘惑」

「ヒレかつサンド」の製造工程では、パンの耳をカットします。このパン耳をムダにしないよう、まい泉ではこれまで飼料としてリサイクルできる業者に引き渡し、有効活用してきました。さらに、2012年には、飼料製造業者や養豚事業者との連携のもと、この飼料を使って育てたオリジナル豚肉「甘い誘惑」を開発し、とんかつなどの原料として利用する取り組みを開始。食品リサイクル法の定める再生利用事業者として届出・登録しています。2014年末時点では、月に約12頭の提供ですが、今後はさらに規模を拡大していく方針です。



オリジナル豚肉「甘い誘惑」

■お客様との関わり

お客様との対話を重視

創業以来のモットーである「お客様第一の心を大切に」を実践するため、「お客様相談室」を設置しているほか、代表電話やWebでのお問い合わせフォームなどを通じて、お客様の声を積極的に収集しています。こうして収集した声は、広報部門が集計・分析し、毎月の経営会議や店長会議で報告・共有し、商品・サービスの改善につなげています。

お客様の声を踏まえた改善事例

まい泉では、人気商品である「ヒレかつサンド」の“パサつき”を改善するために、パンの製法やレシピを変更し続けています。2013年は、販売後、少し時間を置くとパサつきが感じられるという声を踏まえて、完成直後に実施していた検食を、お客様と同じ条件になるよう、消費・賞味期限直前でも実施するようにして、美味しさの差をなくすように努めました。今後もできたての美味しさに加えて、お客様の「喫食時品質」を重視した活動を継続していきます。

適切な情報開示

店頭や広告、Webなど、さまざまなメディアを通じた情報開示・広告宣伝については、すべて品質・衛生管理部およびマーケティング部が適法性や妥当性を確認した上で実施しています。特に、商品の一括表示や、店頭でのPOP・プライスカードなどについては、正確な表示とわかりやすい表現に努めています。

また、情報発信に対するお客様のニーズや関心を踏まえて、適宜、情報開示の強化や改善に努めています。たとえば、近年、社会問題となった優良誤認への対応では、メニューの表記をすべてチェックし、誤解を招きかねない表現や、根拠が曖昧な表現については自主的に変更しました。

トレーサビリティの確保

「食の安全・安心」に関する意識の高まりに伴い、お客様やお取引先から、豚肉などの原産地についての問い合わせが増えてしています。このため、産地証明書類などを整備し、お問い合わせにタイムリーにお応えしています。

商品ごとのカロリー表示・アレルギー表示

近年の健康ブームを踏まえて、Webサイト上で商品ごとにカロリー表示を実施しています。また、お客様が安心してお食事を楽しんでいただけるよう、アレルギー情報を開示しており、表示義務のある7品目に加えて、推奨20品目についても表示しています。

栄養成分										
エネルギー:266kcal		食塩相当量:1.7g								
法令で規程している特定原材料7品目										
小麦	卵	乳	そば	落花生(ピーナッツ)	えび	かに	(魚介類)			
○	○	○	-	-	-	-	-			
表示を推奨する特定原材料20品目										
あわび	いか	しぐら	オレンジ	キウイフルーツ	牛肉	くるみ	さけ	さば	ごま	
-	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-
大豆	鶏肉	バナナ	豚肉	まつたけ	もも	やまいも	りんご	ゼラチン	カシューナッツ	
○	○	-	○	-	-	-	○	○	-	-

Webサイトでの詳細な情報開示(ヒレかつサンド3切)

海外のお客様に配慮

近年、外国人のお客様が増加していることから、レストランでは5カ国語(日本語・英語・中国語・韓国語・タイ語)表記のメニューブックを導入しています。今後のさらなるグローバル化を見据えて、対応言語を増やしていく計画です。



レストランメニューの5カ国語表記

■ビジネスパートナーとの関わり

お取引先の工場監査を実施

お客様に安全・安心なお食事をお届けするためには、豚肉など原材料の調達先などお取引先との信頼関係が不可欠です。このため、新規の調達先と取引を開始する際は、国内・海外を問わず現地での工場監査を実施し、信頼できる調達先であることを確認しています。また、既存の調達先についても定期的に監査を実施し、必要に応じて改善を要請するなど、サプライチェーン全体で安全・安心を守る体制づくりに努めています。

■地域・社会に対する取り組み

本店周辺の地域活性化に貢献

本社所在地である渋谷区の青山本店は地域商店街の中核的な存在として、地域の方々に親しまれています。地域の一員としての責任を果たすため、地元商店街の「街づくりの会」に参画するほか、交通安全活動などにも協力しています。

食事を通じて子どもたちの成長を支援する「子どもプロジェクト」

次世代を担う子どもたちの健康な成長に寄与するため、2011年から「子どもプロジェクト」を展開しており、子どもを対象としたスポーツ活動に「ヒレかつサンド」を提供しています。美味しさはもちろん、「カツ」と「勝つ」をかけたゲン担ぎ的な意味もあり、子どもたちからも好評です。



大和市少年野球教室でのヒレかつサンド贈呈

■従業員に対する取り組み

従業員の成長を支える環境づくり

お客様に笑顔になっていただくには、商品・サービスを提供する従業員一人ひとりの自覚と成長が欠かせません。こうした考えのもとに、まい泉では、職種別・階層別の研修体制を整備するとともに、外部研修も活用し、従業員の成長意欲に応えています。

従業員の心と体の健康をサポート

従業員が常にいきいきと働けるよう、年1回（夜間勤務者は2回）の定期的な健康診断を実施し、受診率は100%を維持しています。また、産業医による定期的な相談会を開催し、体調管理はもちろん、メンタルヘルスのセルフチェック推進やチェック結果に対するフォローアップも実施しています。さらに、安全な職場づくりに向けて、衛生委員会の主催で月1回職場巡視を実施しています。

モチベーションを高める独自のコンテスト

お客様に接する機会の多い店舗従業員の接客品質を高めるため、2012年は「スマイルコンテスト」、2013年は「社内接客コンテスト」を開催。2014年からは毎年「まい泉ホスピタリティNo.1」をコンセプトとした「M-1グランプリ」を開催しています。いずれも、店頭での模範となる笑顔や接客ぶりを表彰するもので、表彰者のモチベーションアップはもちろん、他の従業員への波及効果も表れています。



2014年「M-1グランプリ」

社内業績表彰制度

特筆すべき業績への功労や社会貢献活動など、模範となる事績を上げた従業員を表彰しています。これによって会社業績の向上と士気の高揚を図るとともに、企業理念の実現を目的とした「まい泉 of the year」制度を導入しています。

ワークライフバランスの推進

まい泉では、店頭を中心に女性従業員の比率が高いこともあり、早くから仕事と家庭を両立できる環境づくりに注力してきました。2011年には産休・育休制度を導入し、多くの従業員が制度を活用しています。

ダイバーシティの推進

まい泉では、性別や年齢、国籍、障がいの有無を問わず、多様な人材が活躍できる職場づくりを目指しています。障がい者の採用にも積極的で、2015年度末時点で11名が在籍しています。

サントリーフラワーズ（株）

本社所在地	〒108-0014 東京都港区芝4-17-5（相鉄田町ビル4F）
設立	2002年7月<サントリー（株）花事業部から分社独立>
資本金	1億円
売上高	41億円（2015年度）
従業員数	47名（2015年12月31日現在）
事業内容	花苗・鉢花、野菜苗および切花の開発・生産・販売
ホームページ	http://www.suntory.co.jp/flower/



会社概要・理念

サントリーは、1980年代から花を「人々の生活に潤いをもたらし、心の健康をもたらすもの」と位置づけ、酒類・食品分野で培った基礎研究を応用して、植物の研究開発を行うとともに、お客様に「花のある暮らし」を提案してきました。サントリーフラワーズ（株）は、事業の拡大に伴い、2002年7月に分社独立。現在では、グローバルフラワーカンパニーを目指して開発から生産・販売まで一貫した花苗、野菜苗、鉢花、切花の4事業を国内外で展開しています。これからも企業ミッションである「新鮮味溢れる商品と 行き届いたサービスで世界中の人々の笑顔と感動ある生活の良きパートナーとなる」ことを目指し日々活動してまいります。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

グループ企業理念「人と自然と響きあう」を実現するために、「花のある暮らし」を提案する企業としての行動指針を、グループ企業倫理綱領に基づき制定。社内への徹底を図ることで、コンプライアンス経営活動を全従業員で推進しています。

知的財産権を保護・活用

植物の育成者権や商標権などを活用した、サントリーフラワーズ（株）ならではの高付加価値商品を継続して提供できるよう、自社の知的財産権の保護に努めるとともに、その侵害に対しては適切な処置を行っています。また、第三者が保有する知的財産権に配慮し、権利侵害を行わないよう社内教育を徹底しています。

下請法を遵守

サントリーフラワーズ（株）にとって、花苗の生産委託をしている生産農家は事業を推進していくための大切なパートナーです。双方がWIN-WINの関係を継続していくために、当社では、契約・発注・納品・検収・支払いの各段階で下請法を遵守しながら、公正な取引を行っています。

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

サントリーフラワーズ本社では、2009年12月に、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001（2004年版）の認証を取得しました。ISO14001の基本的な構造は、PDCAサイクルを繰り返すことにより、環境マネジメントのレベルを継続的に改善していかうというものです。

2014年の取り組みとしては、パンフレットにおけるFSC認証用紙や大豆インキの継続使用、本社事務所の電気使用量のさらなる削減、契約農家へ農薬使用時の環境配慮を引き続き要請するなどの活動を行いました。従業員に対する環境教育としては、入社研修時のほか、年1回のeラーニングを実施し全従業員が受講しています。

今後も環境マネジメントシステムを効果的に運用し、継続的に環境活動をレベルアップしていきます。

本社事務所の環境配慮

2011年7月の本社事務所の移転に伴い、新事務所では当初から天井の蛍光灯を半分に間引き、エントランスやリフレッシュコーナーにLED照明を導入することで、移転後の電気使用量を2008年比で79.4%と削減しました。

物流におけるCO₂削減

輸送エリア内での需給率を高め、商品の輸送距離をできる限り短くするなど、物流におけるCO₂削減活動に取り組んでいます。

環境に配慮した商品の発売

近年の環境意識の高まりを受けて、サントリーフラワーズ（株）は、グリーンカーテン向け商品（エコゴーヤなど）や葉の蒸散効果の高い商品（サンピーナス、テラスライムなど）といったお客様にエコな暮らしを提案できる商品を販売しています。また、育て方や楽しみ方のご紹介も行っています。

■お客様との関わり

お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」を提案

多様化するライフスタイルに合った植物の楽しみ方を提案することで、お客様とのコミュニケーションの輪を広げていきたいと考えています。お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」をご提案し、ご満足いただくために、サントリーフラワーズ（株）では、ホームページ上に販売店様を検索できるコーナーや育て方に関するQ&A、育て方動画、品種ごとの特性紹介などを掲載しているほか、お客様センターを設置し、電話やEメールを通じてさまざまなご相談にお応えしています。また、商品ラベル裏面には、植物の特性や栽培のポイントを記載しているほか、お客様のご要望にお応えして通信販売の取扱商品もラインアップを拡充しています。



ホームページ

お客様の声を活かした商品・サービスの改善

サントリーフラワーズ（株）のお客様センターに入るお客様のご意見・ご要望の情報は、すべて記録するとともに定期的に集計しています。そして、情報を関係者で共有し、商品・サービスの改善や新商品の開発に活かしています。

安全・安心への取り組み

お客様に安心して「花のある暮らし」をお楽しみいただくため、オランダにある園芸作物の品質検査を行う公的機関の検査基準に沿って、商品母株の微生物や細菌類を調べるウイルスおよびウイルス検査を自主的に行っています。

■地域・社会に対する取り組み

花を通して地域の活性化を支援

2012年から「赤い花で日本を元気に！」をスローガンに、公園や公共施設などに花を植え、コミュニティの活性化に役立てていただく活動「赤い花プロジェクト」を全国で展開。花苗を全国各地の団体へ寄贈してきました。プロジェクトに参加し、地域の皆様で花を育てることを通じて、会話や笑顔の輪が広がった、というレポートを多数いただいています。2015年からは活動の輪をさらに広げて、「大きな花プロジェクト」として活動を続けています。



「大きな花プロジェクト」の植栽

日本乳がんピンクリボン運動へ寄付しています

サントリーフラワーズ(株)の「プリンセチア」は「日本フラワー・オブ・ザ・イヤー2009」や海外の展示会でもゴールドメダルを受賞するなど、国内だけでなく海外においても高い評価をいただいています。また、プリンセチアの売り上げの一部を、日本乳がんピンクリボン運動(J.POSH)に寄付し、活動を支援しています。



プリンセチア

次世代育成支援

サントリーフラワーズ(株)では「キッズガーデニングプロジェクト」として、全国の小学校に花苗を寄贈(応募形式)し、子どもたちが花を育てる活動を支援しています。これは花を通して仲間と協力することや、地域の方々との交流に役立てていただくことを目的としています。



「キッズガーデニングプロジェクト」

東日本大震災の被災地に花・苗などを寄贈

2011年・2012年と「MUFG・ユネスコ協会 東日本大震災復興育英基金」が運営する「花壇再生プログラム」に花苗を提供したほか、宮城県の小学校や、被災地のグリーンアドバイザーの活動用にも花苗を提供しました。また、従業員が岩手県陸前高田市を訪問し、2011年は「ミリオンベル」「サンビーナス」を植えたプランターを仮設住宅の方々にお届けし、2012年～2014年は地域の皆様とも協力し国道脇に花壇をつくるボランティア活動を行いました。「大きな花プロジェクト」では、東北エリアの児童館や学童保育で花苗を植えるワークショップを行っています。



2011年岩手県陸前高田市を訪問した従業員



2012年陸前高田国道脇花壇づくりに参加した従業員とボランティアの皆様



2015年石巻市子どもセンターでのワークショップに参加した皆様

■従業員に対する取り組み

新人事制度でチャレンジする風土の醸成と処遇の強化

サントリーフラワーズ(株)は、2014年1月に新人事制度を制定しました。この制度は、従業員が積極的にチャレンジしていくことを奨励しており、その成果に応じてメリハリのある処遇を実現するため、資格制度と人事考課制度を見直しました。今後、従業員と会社がともに成長していくことを目指し、個々人が自己実現できる支援を強化していきます。

自己啓発を支援

自己啓発促進のために、サントリーグループ共通の自己啓発支援プログラム「SUNTORY Self Development Program」を導入し、従業員が必要とするさまざまなプログラムを受講できるようにしています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と生活の両立を支援するため、育児休業制度、短時間・時差出勤制度を制度化。ノー残業デーの実施やWeb会議システムも導入し、利用の定着を進めています。またマネージャーに対しては、メンバーの過勤時間を管理し、働きすぎの従業員がいればアラームを発信するように指導しています。

サントリーミドリエ（株）

本社所在地	〒107-0051 東京都港区元赤坂1-2-3（赤坂見附MTビル）
設立	2009年3月31日
資本金	5,000万円
売上高	2億5,600万円（2015年度）
従業員数	13名
事業内容	環境緑化システム「花のかべ」「ミドリエデザイン」などの製造・販売・メンテナンス
ホームページ	http://www.suntory.co.jp/midorie/index.html



会社概要・理念

■Green to Blue — 緑の意味を、緑の価値を、変えていく緑

土に代わる新素材「パフカル」の開発から始まった、サントリーミドリエ（株）の都市緑化。この新しい土壌に、建物に負担の少ない壁面緑化システム「花のかべ」を組み合わせ、都市に生きる人が緑を絶やさな環境づくりに参加できるしくみをかたちにしました。置くだけの緑、飾るだけの緑から、自由にデザインできる緑へ。私たちは都市緑化事業の推進を通じてヒートアイランドを抑制し、緑のある街づくり、地域環境や地球環境の改善に貢献していきます。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

私たちの事業そのものが地球環境への貢献につながり、グループ企業理念「人と自然と響きあう」にも重なっています。そのため事業の拡大・成長こそが本業を通じたCSR活動であると考えています。

コーポレート・ガバナンスについては、経営会議を通じて迅速な意思決定と業務執行を図り、経営を取り巻くさまざまなリスクについてはサントリーグループの方針に基づいて未然防止と早期対応を行う体制を整えています。また、グループ企業倫理綱領に基づいてコンプライアンス意識の徹底を図り、年1回クオリティアップ活動を通じて自己診断を行い、コンプライアンス経営を全従業員で推進しています。

■お客様との関わり

お客様に直接お問い合わせいただける体制を整備

サントリーミドリエ（株）は、直接、赤坂の本社内にお問い合わせいただける専用窓口を設けています。また、Webサイトにも窓口を広げてご相談・ご要望を受け付けています。

壁面・室内緑化に最適な緑化プランを提案

サントリーミドリエ(株)は、土に代わる新素材「パフカル」をベースに、植物の生育に適した緑化資材を開発するとともに、豊富な植栽バリエーションを整え、壁面・室内緑化に最適な緑化プランを提案しています。

また、お客様ごとに「グリーン・カルテ」を作成し、メンテナンスのプロである「グリーン・スタイリスト」が定期的に植物の健康状態をチェックして、発育環境の保守・点検を行っています。グリーン・スタイリストの作業記録は、毎月報告され、品質・サービスの向上や資材の改良に結びつけています。



「グリーン・カルテ」に基づき
保守・点検する
「グリーン・スタイリスト」

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

サントリーミドリエ(株)は、2010年に環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001認証を取得し、目標を設定して継続的な改善に取り組んでいます。

廃棄物の削減

特に壁面・室内の緑化工事に際して、設計デザイン・施工法の改善に努め、廃棄する植物苗の発生をできる限り抑えるとともに、委託事業者が適正に廃棄物を処理していることを確認しています。また、水資源の節減についても、サントリーグループの環境方針に基づき、節水に努めています。

化学物質の管理

当社で扱う肥料については、法律に基づいて厳重に保管し、適正に管理しています。

物流におけるCO₂削減

グループ会社のサントリーロジスティクス(株)に業務を委託し、商品の配送や資材・苗の輸送に伴うCO₂排出量の継続的改善を要請しています。

生物多様性への取り組み

2010年11月にオープンした、ヨドバシカメラ「マルチメディア京都」の壁面に採用された当社の緑化システムは、総面積1,120m²の「花のかべ」です。このプロジェクトでは、生態系への配慮の観点から地元京都の「糺の森」に生育する植物を中心に企画・施工しています。



国内最大級の「花のかべ」(京都)

オフィスでの取り組み

サントリーグループが一体となった取り組みとして、会議はペーパーレスを基本とし、離席時のパソコン電源オフ活動を日常的に実施しています。

■地域・社会に対する取り組み

東日本大震災への支援活動

サントリーミドリエ(株)では、被災地の復興支援として募金活動を実施し、被災地に寄付しました。

事業を通じて中国の都市緑化に貢献

2012年4月、サントリーミドリエ(株)は上海市にトヨタ自動車(株)との合弁会社「トヨタサントリーミドリエ(上海)園芸(有)」を設立し、中国での都市緑化事業を協働して行っています。



上海・森ビルの車寄せに
設置した「花のかべ」

■従業員への取り組み

育児・介護支援として在宅勤務を導入

サントリーミドリエ(株)では、働きやすい職場環境づくりの一環として、育児・介護休暇制度のほかに在宅勤務(テレワーク)を導入し、必要な従業員への短時間勤務を適用しています。また、長時間勤務を防止する施策として適正な労働時間管理を行うとともに、毎週水曜日をノー残業デーに設定し、良好なワークライフバランスの維持に努めています。

人材育成

従業員一人ひとりが自らの人生設計の中で能力を開発し、それを社業に発揮できるよう、キャリアごとの階層研修や職位ごとのスキル研修プログラムを整備し、現場で個々の能力を最大限に発揮できる育成・支援を行っています。また、公平な評価と成果に応じたメリハリある処遇によって、従業員の努力に報いることができる人事制度を運用しています。

このほか、サントリーグループ共通の応募型研修への参加も推奨し、自己啓発の機会を提供しています。

■お取引先への取り組み

国内外のお取引先と情報・意見交換

サントリーミドリエ(株)は、資材や苗などの調達先と積極的にコミュニケーションを取っています。

資材については、数カ月に1度、海外にある生産現場で品質基準を守っているかを確認するとともに、情報・意見を交換しています。

また、苗についても品質規格の一覧を共有化し、生産時・出荷時の検品を実施しているほか、月に1回程度、国内の生産現場での品質確認、情報・意見交換を実施しています。

サントリーマーケティング&コマース(株)

本社所在地	〒104-6231 東京都中央区晴海1-8-12 (晴海アイランド トリトンスクエア オフィスタワーZ 31F)
設立	1975年1月
資本金	1億円
売上高	99億円 (2015年12月期)
従業員数	169名 (2016年1月1日現在)
事業内容	・酒類関連備品販売 (酒販店様・飲食店様向け) ・企業の販促支援・代行 (キャンペーン企画・景品提案・配送・ 事務局運営等) ・ワイン等酒類の店頭・通信販売
ホームページ	http://www.suntory.co.jp/smc/



会社概要・理念

■会社概要

サントリーマーケティング&コマース(株)は、2016年1月1日、(株)サントリーショッピングクラブとサントリーサービス(株)が統合して誕生した会社です。

■企業理念

私たちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。

お客様とのコミュニケーションを大切に、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

個人情報厳格に管理

サントリーマーケティング&コマース(株)は、販促キャンペーンの受託事業やワイン等の酒類・関連グッズの販売事業を行う中で、数多くのお客様情報をお預かりします。大切なお客様情報の紛失や漏洩などの事故を防ぐために、JIS Q 15001:2006に準拠した個人情報の管理を厳格に行っています。



プライバシーマーク

コンプライアンス浸透・啓発

私たち一人ひとりがよき企業市民であると同時に、よき市民であることを常に念頭において業務を行えるよう「コンプライアンス・ハンドブック」を全従業員に配布するとともに定期的な勉強会を開き、コンプライアンス浸透を推進しています。

■品質への取り組み

徹底した品質の確保・向上

サントリーグループの一員として、各種関連法規およびサントリーグループの品質方針を遵守し、徹底した品質管理を行っています。

新規商材の開発、既製品の調達において企画・開発から、原材料の選定・調達・製造・流通・販売に至る商品ライフサイクルに関わるすべてのプロセスで、徹底した品質の確保・向上に取り組んでいます。



ハイボール用ジョッキの
液温度変化テスト

■環境への取り組み

身近なことから環境配慮を实践

2009年には環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得。「全社員が参加できる、身近なことから取り組んでいこう」という考えのもと、地球温暖化防止に取り組んでいます。事務用品などのグリーン購入もその1つです。また、空調設定温度の調節や照明を間引き点灯するなどの取り組みのほか、物流部門では梱包資材の再利用や欠品による口割れ（分割・後送）出荷の防止などCO₂の削減につながる活動を積極的に行っています。

■お客様との関わり

ISO10002の自己適合を宣言

2011年1月、お客様対応に関する国際規格ISO10002に適合する社内マネジメントシステムの構築が完了しました。この規格では、お客様本位の商品・サービスの向上を目指し、お客様の声を施策に反映させ継続的な改善・運用につなげることが求められています。このシステムに基づいて、これまで以上にお客様対応の品質向上に努めています。

お客様の声を全社で共有

電話やEメール、インターネットなどを通じていただく、お客様からのお問い合わせやご意見・ご指摘などを、全社で共有し、商品の開発、品質の改善などにつなげています。

ご要望に応える商品を提供

当社のお取引先である居酒屋、バー、レストランなどでは、食器類のスペースの確保に苦労されているケースが多く見られます。

このような背景を受けて「スタッキングビアピッチャー」を開発しました。通常は重ねることのできないビアピッチャーの形状を工夫し、積み重ねて収納ができるようにした商品で、省スペースにつながるとご好評をいただいています。

また、ハイボール、カクテルなどはつくる人によって味に違いが出てしまうことがあるとのお客様の声を受け、定量のアルコールが正確に出てくる「ワンプッシュ型定量ディスペンサー」を開発し、大ヒット商品となりました。

当社は、単に商品の品質だけではなく、飲食店様が提供する飲料・サービスの品質の維持・向上にも徹底的にこだわっているのです。



「スタッキングプラスチック
水差し」と「ワンプッシュ型
定量ディスペンサー」

■地域・社会に対する取り組み

地域に根ざした貢献活動を展開

事業所周辺地域の清掃活動を定期的に行っています。また、個々の従業員には地域福祉活動、ボランティア活動に積極的に参加できるよう、ボランティア休暇制度を設けています。



近所の公園での清掃活動の様子

大規模災害時の支援体制を構築

大規模災害の発生時には、従業員の安全確保と同時に地域への救援活動を行い、社会の一員としての役割を積極的に果たす体制を構築しています。

■従業員に対する取り組み

公正でオープンな評価を徹底

公正でオープンな人事評価を行うため、目標設定にあたっては上司と部下が面談し、納得のいく設定に努めています。また、考課結果は必ず本人にフィードバックし、透明性を確保しています。

自己啓発を支援

従業員一人ひとりの自己啓発を支援するため、サントリーグループのあらゆる研修プログラムの受講について支援しているほか、外部研修機関との提携により自己啓発や能力開発に関する研修の受講を制度化しています。

健康増進のための取り組みを実施

産業医による定期的な健康相談会を設け、健康に不安があるときの相談、残業の多い従業員のケアを迅速に行う体制を整えることで、疾病予防や健康の維持管理を推進しています。また毎週水曜日の「ノー残業デー」を全社的な取り組みとして徹底し、労働時間の適正化とメリハリのある職場環境づくりを進めています。

職場のメンタルヘルス対策を推進

当社では、産業医と緊密に連携して、従業員のメンタルヘルス疾患の予防はもとより、早期発見、治療、療養、回復に努めています。また、休職者の復職に際しては、きめ細やかなプログラムによりスムーズな復職を支援しています。

ライフワークバランスの推進

育児・介護のための休暇または短時間勤務制度が、単に法律どおりに決められているのではなく、実際に運用され、実績となっています。

サントリーパブリシティサービス(株)

本社所在地	〒135-0061 東京都江東区豊洲3-2-24 豊洲フォレシア 16F
設立	1983年3月1日
資本金	1億円<サントリーホールディングス(株) 100%出資>
売上高	63億4,000万円(2015年12月期・連結ベース)
従業員数	2,144名:契約社員、アルバイト等含む(2016年4月時点)
事業内容	サントリーグループ各社の広報・マーケティング支援業務、企業PR 施設・商業施設インフォメーションなどのサービス業務、コンサートホール・美術館など文化施設の管理運営・サービス業務、イベントの企画・運営業務、コールセンターの運営、研修・コンサルティング業務、人材派遣業務 他
ホームページ	http://www.sps.sgn.ne.jp/



会社概要・理念

サントリーパブリシティサービス(株)(SPS)は、サントリー初のビール工場が開設された1963年に工場のご案内業務を始めました。製造工程をご案内するという「おもてなし」を通じてファンをつくるという試みは、当時、画期的な取り組みでした。以来、「おもてなし」を提供する範囲を、サントリーホールをはじめとした音楽ホールや美術館など文化施設、商業施設、公共施設に広げ、現在、約80の施設＝「場」の運営をお任せいただいています。

また、多くの「場」を運営し、お客様のご満足を追求するプロセスで、サービス向上や人材育成のノウハウが蓄積されました。それらを企業や団体へ、研修のかたちで提供し、サービススキルの向上やチームづくり、人材育成にお役立ていただいています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

従業員自らサービス憲章「OUR CREDO」を作成

サントリーパブリシティサービス(株)には、サービスに必要なホスピタリティマインドの醸成と継承のために、3つのモットーと18のスタンダードからなる独自のサービス憲章「OUR CREDO」があります。「OUR CREDO」は、サービス提供者としての気持ちや行動の指針となるものを従業員自らの手により明文化し、誰にでもわかりやすくまとめたものです。この憲章の内容を実際のサービスに活かすために、従業員全員が常にこの「OUR CREDO」を携帯しています。

特にサービスの現場ではミーティング時にスタッフ一人ひとりが、サービスの事例を振り返り「OUR CREDO」と照らし合わせることで、ホスピタリティマインドを共有しています。



サービス憲章「OUR CREDO」

コンプライアンス活動を推進

コンプライアンス体制を構築・運用していくために、情報セキュリティ、個人情報管理、長時間労働対策、コンプライアンス全般に関する社内教育(集合研修の実施・e-ラーニングの実施・教育用ハンドブック作成・社内イントラネット上のコンプライアンスページの管理)などに取り組んでいます。また、各職場でコンプライアンスの周知・啓発を実施しています。

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

2009年12月に環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得しています。従業員の環境意識を高めるためにeラーニングや勉強会などを定期的開催し、今後もより高い意識で環境活動を推進していきます。

販売する商品にも環境視点を採用

商品を新たに開発する際や、取り扱う際には、(1) 商品や包材に環境に負荷のかかる素材を使用しない、(2) 包材識別マークを付ける、(3) 過剰包装を行わない、などの環境視点での基準を設けています。また、製造元の環境への取り組み状況もあわせて確認しています。

次世代環境教育「水育(みずいく)」出張授業を展開

「水育(みずいく)」は、次世代を担う子どもたちに、人間にとっての水の大切さや関わりを深さなどを伝え、水を育み自然を愛する心を育てるサントリー独自のプログラムです。サントリーパブリシティサービス(株)では、サントリーに提案を行い、子どもたちに伝えたい内容をともに考えてきました。年間を通して約200校の小学校の「出張授業」を担当しています。



「水育」出張授業

地域の環境美化に貢献

サントリーパブリシティサービス(株)の本社がある地域の清掃活動に、本社の従業員が参加しています。

■お客様との関わり

お客様の個人情報の管理を徹底

個人情報保護法に基づき、個人情報管理台帳を作成して、個人情報の管理を行っています。年2回、個人情報管理台帳の見直しを行うとともに、個人情報管理台帳の申請書フォーマット類・管理ルールなどの見直しを随時実施しています。

「サービス憲章」視点でのトレーニングを実施

日常業務の中だけでなく、広い視野に立ってサービスの感度を高める取り組みとして、定期的に事業部の垣根を超えてワークショップを実施しています。これはロールプレイングやサービス経験の共有を通じて、お客様の気持ちに添ったサービスを提供できているか、多角的に検証するトレーニングです。



「FOUR CREDO」振り返りのミーティングを実施

スタッフが目指す姿を定めて接客サービスの質を向上

スタッフに必要な接客・サービスの意識、マインドやスキルを細かく具体的な項目に落とし込み、それに沿ってスタッフの育成や研修を実施。実際の接客についても、目指す姿に基づいて確認・検証しています。

お客様視点を把握して事業に反映

当社が運営を受託している施設では、随時お客様へのアンケートを実施しています。お客様よりご指摘いただいた内容については、その施設で働くすべての従業員で共有し、改善に向けて取り組んでいます。また、各施設で働く従業員同士がお互いにお客様の立場に立つて訪問しあい、サービスの質を確認しています。

商品の表示内容の見やすさ・わかりやすさを確認

商品のパッケージやラベル、取扱説明書などへの表示内容については、サントリーグループ基準に則り、表現のわかりやすさ、文字や絵の大きさ、文字と背景色のコントラスト、表示の位置などの項目を確認しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

下請法の遵守を徹底

下請法説明資料・注文書のひな型を用意し、定期的の実態調査を行っています。新しく設置された部署については、下請法対象会社との取引における注意点などについての説明会を実施し、下請法を遵守するよう確認を行っています。

企業調査を実施して信頼性を確認

新たにお取引を開始する際、サントリーパブリシティサービス(株)は新規にお取引を開始するお取引先についての企業調査を実施するほか、「反社会的勢力の排除」の契約条項を盛り込んだ契約書を交わして、お取引先の社会的立場や信頼性を確認しています。また、食品やグッズなどの開発を委託しているお取引先に対しては定期的に製造現場を調査。品質管理・環境への取り組みなどを確認しています。

■地域・社会に対する取り組み

災害時支援

指定管理者として管理運営を行っている公共文化施設は、地域の方々をはじめ多くの方が訪れます。そのため、災害時や緊急時に迅速かつスムーズな対応ができるよう、所轄消防署の指導のもとで定期的に防災訓練や応急救護研修、AED(自動体外式除細動器)研修などを実施しています。また、本社では大規模地震対応マニュアルを整備し、継続的な啓発活動を行っています。



防災訓練の実施

地域社会への貢献活動

公の施設の指定管理者として、施設の魅力を最大限に活かした文化事業の企画・立案を行い、ホスピタリティあふれるサービスの提供に努めています。特に、地域の方々が自ら企画や運営に参画できるプログラムや青少年育成を目的とするオリジナリティが高い企画、近隣施設へのアウトリーチ活動など、文化振興・活性化につながる取り組みや、利用者の声を運営に活かすしくみを通じ、どなたにも利用しやすく、長く愛される施設運営を目指しています。



親子で参加するコンサート

次世代の育成支援

サントリーパブリシティサービス(株)は、次世代を担う子どもたちの成長を支援するさまざまな活動を展開しています。

「小学校5年生美術館ガイドツアー」

地域の子供たちが美術に触れ合う機会を積極的に創出するため、山口県萩市内の小学5年生を対象に学校単位で山口県立萩美術館・浦上記念館に来ていただき、美術館マナーの説明と展覧会ガイドツアーを実施しています。これは教育委員会と協議を重ね、実施に至ったものです。

「子どもレセプション体験」

地域の子供たちに文化芸術に親しみをもってもらうきっかけとして、江戸川区総合文化センターや岡崎市シビックセンターでは、小学生を対象に、コンサートホールでお客様をご案内する仕事を体験する職業体験の機会を提供しています。

■従業員に対する取り組み

長時間勤務の是正を強化

労働者の健康障害防止のための基本方策や健康保持増進のための対策などの審議を行う機関として、労働法の要請に則って「衛生委員会」を設置し、過勤の削減策などを共有しています。衛生委員会での報告内容は、社内のほかの会議でも報告・検討され、長時間労働への対応を強化してきました。また、特に管理者層については、長時間労働がもたらす影響やその内容を伝え、労働時間管理の重要性を理解する研修の場を定期的に設けており、従業員の過勤削減、健康管理に関する意識の醸成を行っています。

健康維持・増進をサポート

毎月1回以上、産業医・産業保健師による健康相談日を設けています。健康相談日には体の健康はもちろん、メンタルヘルスについての相談も実施し、心と体の疾病の予防と早期発見に役立っています。また、電話相談窓口「心とからだの相談窓口」も設置し、気軽に相談できる体制を整えています。

ダイバーシティの推進

サントリーパブリシティサービス(株)は、「多様性を認めあう」を全社の方針とし、多様性を認め合う風土づくりや施策に積極的に取り組んでいます。当社は従業員の9割を女性が占めますが、お客様や価値観の多様化を鑑み、男性社員や外国籍社員の採用も増やしています。

障がい者雇用を促進

事務や物販、文化施設の来館者対応など、幅広い分野で障がいのある従業員が活躍しています。全社で目標とする雇用者人数を掲げ、法定雇用率2.0%の達成・維持を目指して、障がい者雇用に取り組んでいます。2016年2月末時点での雇用率は2.2%です。

また、一人ひとりの適性に合わせた仕事に従事できるよう、全国の各拠点で管理者層が障がいに対する理解を深めるとともに、現場業務の特性や必要なスキル、業務量などをきめ細かく確認し、能力を発揮できる業務の創出に努めています。あわせて、通勤や就業に関してもできる限りの配慮を行っています。

ワークライフバランスを推進

従業員が仕事でもプライベートでも充実した日々を送れるよう、ワークライフバランスに配慮した制度や運用を推進しています。産前産後休暇や育児休業制度、時間単位での代休取得制度をはじめ、時短勤務や時差勤務なども導入し、従業員の柔軟な働き方をサポートしています。

新たな研修制度で従業員の能力開発を支援

2011年より新たな研修制度を導入し、入社時研修、サントリーグループ共通の応募型研修のほか、職位別研修、キャリア研修を実施しています。自己学習支援も積極的に推進しており、通信教育やeラーニングを導入し、個々人の課題に合った能力開発の機会として提供しています。また、OJTに役立つ学びと対話の場として、社内セミナーを実施し、従業員同士のつながりや学びを促進しています。研修以外の全社活動（会議体やプロジェクト）も教育の機会と捉え、従業員のキャリア開発・人材育成につなげています。

また、目標設定に基づく「成果考課」と、期待役割に基づく「行動考課」による人事考課制度を導入しており、上司との面談によって納得性の高い評価を行っています。

海外グループ会社の活動



Beam Suntory Inc.
ビーム サントリー

ウイスキーをはじめとしたスピリッツの製造・販売



Suntory Beverage & Food Europe
サントリー食品ヨーロッパ

欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、経営管理等



Pepsi Bottling Ventures Group
ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

ペプシ系ボトラー



Cerebos Group
セレボス・グループ

健康食品および加工食品の製造・販売



Suntory Garuda Group
サントリーガルダ・グループ

清涼飲料の製造・販売



Suntory PepsiCo Vietnam Beverage
サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

清涼飲料の製造・販売



Tipco F&B Co., Ltd.
ティプコF&B

清涼飲料の製造・販売



Frucor Group
フルコア・グループ

清涼飲料の製造・販売



Suntory(China)Holding Co.,Ltd.
サントリー（中国）ホールディングス

中国における酒類・飲料の製造・販売



Château Lagrange S.A.S.
シャトー ラグランジュ

ワインの製造・販売



Weingut Robert Weil
ロバート ヴァイル醸造所

ワインの製造・販売

Beam Suntory Inc.

ビームサントリー

本社所在地	510 Lake Cook Road, Deerfield, IL 60015 USA
設立	2015年5月（ジムビームブランドとしては1966年11月）
事業内容	ウイスキーをはじめとしたスピリッツの製造・販売
ホームページ	http://www.beamsuntory.com/



会社概要・理念

世界の人々を感動させるスピリッツづくり

ビームサントリーは、世界第3位の規模を誇るプレミアムスピリッツ会社です。「Growing for Good」をビジョンに掲げる当社は、世界の人々を感動させるスピリッツづくりを通して、人と人とのつながりをもたらすことを使命としています。

財務的な目標としては、世界で最も成長の早いプレミアムスピリッツ会社になることです。有名ブランドの構築をはじめ、有利な市場の構築や獲得、成長を促すために、ビジョンを行動に移す戦略を通じて、目標を達成していきます。

行動規範と倫理規定の策定

ビームサントリーとそのすべての従業員は、最高水準の企業倫理を維持しながら、市場において積極的に競争できると信じています。

また、当社の従業員、役員、ディレクターは、ビームサントリーが策定した「行動規範と倫理規定」に記載された健全な商慣行と倫理規定に従うことで、誠実で最高品質のビジネスを行い、継続的にすべてのステークホルダーから信頼されることを目指しています。



「行動規範と倫理規定」

主なCSR活動

■CSR理念

「Growing for Good」ビジョンをCSRに

よき企業市民であり、社会的責任を果たすリーダーであることは、ビームサントリーの事業の中核をなすものです。親会社、お客様、消費者、ビジネスパートナー、従業員、コミュニティなどあらゆるステークホルダーの皆様へ貢献し、成長し続ける会社でありたいと考えています。そして、私たちの商品・コミュニティの基礎をなす貴重な資源を守るというサントリーの伝統を共有しています。

ビームサントリーのCSRは3つの領域（環境保全、コミュニティ支援、責任ある適正飲酒の普及）に注力しています。この3つを果たすために、時間、資源、エネルギーを注いでいます。これらを重視することが企業の本質的価値であり、当社の気質であるからです。

■CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス

ビームサントリーの「行動規範と倫理規定」は、私たちが誠実で最高品質のビジネスを行うための指針となっています。この規定には、「Growing for Good」を踏まえたビジネス慣行、正しいビジネス（Beam Suntory way）を行うための方針が記載されています。

従業員は、業界の規定だけでなく、当社の方針、手順、基準に従い、業界を主導する企業としての役割を果たさなければなりません。ビームサントリーでは、「グローバル・リスク・コンプライアンス委員会」を設置し、地域ごとの「リスク・コンプライアンス委員会」に加え、グローバル展開やサプライチェーン監査に関する各委員会も設けています。

コンプライアンスの推進

従業員には四半期ごとのCEO主催ミーティングなどの社内の機会を通じて、「正しいやり方、ビームサントリーのやり方でビジネスをする」、または要件に遵守して、可能な場合はベストプラクティスを通して行う、というメッセージを一貫して発信しています。また、コンプライアンストレーニングは、実地研修やオンラインでも対面式の講習でも実施しています。また、ビームサントリーは、世界のどこからでも1日24時間週7日利用できる多言語のホットラインを用意しています。

積極的なリスクマネジメント

ビームサントリーは、上層部が主導となり事業へのリスクの特定や監視・管理する体制を整えています。統合リスクマネジメント(ERM)プログラムでは、潜在的リスクのある主な領域を積極的に特定し、エグゼクティブリーダーシップチームが指名した従業員がリスク低減に関する監視を担当します。「エグゼクティブリーダーシップチーム」は、定期的なミーティングを開き、戦略について議論しています。実際にリスクや危機が発生した場合には、リスクの低減のために適切な対応を特定し、ビームサントリーの「グローバルメジャーインシデントマネジメント(MIM)プロトコル」に沿って実行されます。

クライシスマネジメント

重大事故は、迅速かつ効果的に管理するために、「グローバルメジャーインシデントマネジメント(MIM)チーム」が取り扱います。FACTS(Failure and Accidents Technical Information System)の事故調査は、「グローバルテクニカルサービスチーム」が、関連する事業のジェネラルマネジャーおよびリスク管理担当者と協力して行います。

重大事故が発生した場合、「グローバルMIMチーム」が招集され、実状の把握とリスクの精査を行い、リスクを低減するための適切な対応を図ります。「MIMチーム」は主要ステークホルダーに情報を伝えるために、適切な報告計画を作成します。重大な事故に対応する際には、従業員、お客様、地域住民の安全が何よりも優先されます。「グローバルMIMチーム」は、ガバナンス、統括、地域「MIMチーム」への指示を担当し、「グローバルテクニカルサービスチーム」は、環境、安全、品質、セキュリティ、ブランド保護、保険/リスクマネジメントなど各部門の技術リーダーの協力を得て、現場をサポートします。各生産拠点のジェネラルマネジャーと地域のリスク管理担当者が監督する地域「MIMチーム」は、予防リスクアセスメント、リスク低減計画、緊急時対応計画、緊急時対応行動、損害の評価、事業の回復などに取り組みます。

情報セキュリティ

ビームサントリーは、個人情報についての法令に遵守しており、アメリカにおける個人情報管理は、欧米間で合意されているセーフハーバー・ルールに基づいて管理しています。

知的財産権の管理

ビームサントリーは、法務部内にグローバルな知的財産権(IP)の専門家を置き、IPチームが知的財産権の保守や告発、侵害の防止などに取り組んでいます。

■品質保証への取り組み

品質管理方針・指標

ビームサントリーでは、生産拠点に品質と食品安全衛生のISO認証の取得を要請しています。さらに、これらの基準を超える独自のグローバル基準を達成するために、品質、食品衛生、環境、健康、安全を網羅する統合マネジメント方針に基づいたベストプラクティスの手法を取り入れています。全生産拠点に重要業績評価指標があり、それらの品質要件を超えるための改善計画を確立しています。

さらに生産拠点では、TRACC方式(サステナブルな方法で継続的改善方式を実施するためのソフトウェアベースのガイド)に従って生産・継続的改善方式を実践しています。今後も、企業にとって最も貴重な資源である「従業員(安全)」「ブランド(品質)」「世評(コンプライアンス)」「環境」を守りながら、システム、プロセスをはじめ、事業活動のすべてを、従業員とステークホルダーの尽力によって改善していきます。

品質マネジメント

ビームサントリーの各生産拠点では、すべて品質マネジメントシステムの規格であるISO 9001の認証を取得しており、さらに多くの生産拠点でISO 22000(食品の安全性)、HACCPの認証も取得しています。また、共同生産を行っている下請けのびん詰業者にもISO規格の主要項目を含む技術監査を義務づけているほか、各生産拠点では定期的に社内の厳しい監査を実施しています。

■スピリッツ類の販売への責任

ビームサントリーの責任ある飲酒についての考え方は、当社のあらゆる行動の基盤になっています。そのため、責任あるマーケティングやアルコール教育を実施しているほか、飲酒運転・未成年者飲酒の防止に注力している世界中の多様なプログラム、パートナーシップおよび団体のスポンサーとなり、資金を提供しています。また、すべての従業員が雇用と同時に当社とそのブランドの大使として、常に責任ある飲酒を家族や友人に対して示し、促進できるよう、必要な知識を従業員に確実に提供するようにしています。

グローバルマーケティング指針

責任のある飲酒に対する当社のリーダーとして取り組む姿勢は、各管轄で適用されるすべての関連法、規制および業界の規範や規定を遵守することから始まります。そのため、ビームサントリーのグローバルマーケティング指針は、当社のすべてのブランドと地域で統一されており、広告をはじめ、消費者への販促、マーチャンダイジング、ブランドのWebサイト、POS、ダイレクトマーケティング、商品開発、プロダクトプレースメント、および消費者イベントにまで及びます。

責任あるマーケティング

ビームサントリーは、スピリッツ製品のマーケティングにおいて業界標準の設定におけるリーダーシップを担う企業として誇りをもっています。2007年にはアメリカで最も厳しい広告配置基準を自主的に採用し、合法的な購入年齢に満たない消費者への露出を削減しています。メディアオーディエンスにおける法律で酒類の購入を許可された年齢者の割合は、業界標準が71%なのに対し、当社は75%以上を指定しています。また当社では、アルコール飲料を購入できる法定年齢（LPA）の成人のみをマーケティングの対象にしています。加えて、アルコール飲料を購入できる法定年齢に達していない消費者が当社の広告メッセージを目にする機会を制限するため、「Spring Break」に関連するマーケティングプログラム、公園などの遊び場から500フィート以内の家庭外広告、ビデオゲームへの広告を禁止しています。

DRINK SMART®

DRINK SMART®は、法定飲酒年齢の消費者に飲酒に関して責任ある選択情報を提供するグローバルなプラットフォームです。また、消費者が率先してアルコールの不適切な使用を減らす活動のためのツールも提供しています。

DRINK SMART®のWebサイトとロゴは、ソーシャルメディアからテレビ放送まで、すべてのビームサントリーのグローバルなマーケティング資料に含まれています。

「DRINK SMART®」の6つの原則

尊重、受容、行動、配慮、管理、敬意

このシンプルな6つの原則に基づき、DRINK SMART®では、責任ある飲酒のための情報発信やグローバルな取り組みを展開しています。

DRINK SMART®に関する詳細は下記（英語サイト）を参照してください。



■お客様との関わり

お客様の声の収集

お客様や消費者からいただいたご意見に耳を傾けるため、複数のデータベースを保持し、情報をITシステムで管理しています。フィードバックいただいた課題は、調査のために該当する部署に送られ、適切に対応しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

ビームサントリーは、責任ある企業市民であり、人を公正・公平に扱うための基準を維持しています。「ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー」は、当社、従業員、サプライヤー、お取引先に対するガイドラインとなっています。

このポリシーは、強制労働、奴隷労働、強制収容労働の禁止を規定しており、2010年制定の「カリフォルニア州サプライチェーンの透明性に関する法律」に従って情報開示をしています。また、英国現代奴隷法2015にも当社のサプライチェーンに奴隷労働、人身売買がないことを確認しています。

ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー

ビームサントリーにとって、当社の価値観は市場で継続的な成功をおさめるために不可欠な要素です。誠実、品質、責任、迅速性、強靭性などの価値観は当社の成功のために重要なものです。当社の成功は従業員、サプライヤー、投資家、価値あるビジネスパートナー、職場であり生活の場でもあるそれぞれのコミュニティからの評価に基づいています。

【ポリシーの構成】

- 1.労働環境／安全衛生
- 2.児童就労
- 3.強制労働
- 4.差別
- 5.労働時間
- 6.賃金および手当
- 7.環境
- 8.マネジメントシステム
- 9.サプライヤーおよび請負業者

当社は、主要サプライヤーや請負業者にも当社に対して同様の約束を要求しています。このポリシーに準拠することで、当社は業界のリーダーシップを発揮し、その上で、各ブランドの強化、優秀な人材を引き付け、確保する力の向上、サプライチェーンのよりよい管理と成果をもたらします。

■環境への取り組み

環境マネジメント

ビームサントリーでは、計画を立案する「環境マネジメント委員会」、技術サポートを担うグローバル環境管理部、計画に沿って実行する生産拠点の所長および環境保健事業公団（EHS）の専門家の3グループが、環境への取り組みを推進しています。

「環境マネジメント委員会」は、事業&サプライチェーン部、環境管理部、法務部、広報部の代表者で構成される業務横断的なグローバル組織で、方針の指導やガバナンス、統括、指示、進捗管理、問題提起などを担っています。グローバル環境管理部は、環境サステナビリティに関するビジョン、戦略、ベストプラクティスの共有を推進しています。また、コンプライアンスの検証、グローバルスタンダードの設定、パフォーマンス測定、スキルと能力の開発なども担います。そして各生産拠点の所長、EHS専門家は、環境マネジメントシステムおよび環境イニシアチブの設定・実施・改善だけでなく、担当の生産拠点でのパフォーマンス改善や報告にも取り組みます。なお旧ビーム社の各生産拠点は、環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001認証を取得しています。

ミッションの尊重

2014年11月、トップグローバルリーダー78名が、私たちのミッションを明確にする会議を実施しましたが、その過程でサントリーホールディングス（株）がいかに環境問題に対して熱意をもっているかが証明されました。インターネット、環境サステナビリティガイド、リーダーシップブログ、環境活動のビデオなどさまざまなコミュニケーションツールを使って、環境サステナビリティについての情報を共有しました。

従業員への環境教育

当社の従業員が環境サステナビリティ活動に参加することを奨励しています。たとえば、飲料産業環境会議(BIER)などの自発的な環境プログラムや環境グループ、また「KY EXCEL」のようなさまざまな地域コミュニティのプログラムやグループに参加する機会があります。また、こうした活動に参加する彼らの貢献を評価しており、環境に大きく貢献する活動をしたチームや個人には「ビジョンイントゥアクション賞(VIA)」を毎年贈っています。

環境への配慮

当社は、コジェネレーション技術の活用、廃棄物削減・リサイクル、生産における水使用量削減など、これまで環境負荷低減のための活動により着実な成果を残してきました。今後も、引き続き水とエネルギー使用率および廃棄物埋立処分量の削減に努めます。過去10年の環境負荷削減に関する技術とシステムへの投資額は6,000万ドルになります。効果的かつ効率的な天然資源の活用は、私たちの生産拠点の長期的な成功のために重要な要素です。

汚染防止と化学物質の管理

当社は、グローバルな規格に基づいた安全データシートに従って、有害化学物質の安全な使用、保管、輸送を管理しています。また、カーサ・サウサ社はAMOCALI（民間組織）とSEMARNAT（環境天然資源省）による「クリーンフィールドプログラム」に参加し、農業の安全な使用と容器のリサイクルを心がけています。

水資源の管理

水は最大の原材料です。この貴重な天然資源を守るため、水域保全活動を行っています。ビームサントリーは、水ストレスが高い地域を中心に、継続的に全世界の生産拠点の水使用量を減らす活動を続けています。

水資源保護を目的とした活動

当社は、半透性沈殿物制御構造、回収池、調整池などを活用して、水の流出、土壌侵食、水質の悪化を防ぐなどの雨水、地下水、地表水の源泉を守る活動を行っています。

水使用量、排水量削減

水使用量と排水量の削減は、当社の重要課題です。いくつかの生産拠点では水を再生する高度なシステムがあります。

ビームインディア 機器の洗浄に使った工業用水を濾過、再利用することで、水の使用量と排水を削減しています。また豪雨などで地中に吸収される水を減らすため雨水を回収し、再利用しています。

ビームサントリーメキシコ（カーサ・サウサ社） 高度な水再生システムにより処理水の質が大幅に改善されました。拠点のコンポスト事業で再利用し、また、地域の消防署で消防車や消火設備にも再利用されています。

セント・クロイ島、バージン諸島 高度な水再生システムによりプロセス用水を再生し、拠点内で再利用しています。これにより水の使用量と排水量が大幅に削減されます。メーカーズマーク工場でも2015年に同様のシステムを導入する予定です。

地球温暖化防止の取り組み

ビームサントリーは、継続的に全世界の生産拠点のエネルギー使用率削減を目指しています。

工場や製造過程での省エネルギー活動

セゴビア、スペイン 天然ガスを使用した熱電併給プラント（コジェネレーションシステム）を利用し、生み出された熱と電力は蒸溜過程で使用しています。余った電力は、地元の電力会社に販売しています。このコジェネレーションプロセスは、熱と電力が別々の設備の場合よりも30%高効率であることが立証されています。

フランクフォート、ケンタッキー州 ボトル詰めエリアと加工エリア全体でLED照明を使用し、照明の質を向上するとともに、エネルギー使用量とコストを削減しています。

物流における省エネルギー活動

2014年、クルボアジェの出荷のうち20%を鉄道によりコニャックからル・アーヴルまで輸送しました。トラックから鉄道輸送に切り替えたことで、総温暖化ガス排出量が約92%（約763トン）減りました。

オフィスでの省エネルギー活動

ディアフィールド、イリノイ州 全世界のオフィスで最新のWeb会議や印刷技術を活用してエネルギー消費量を抑えています。本社では、共同のワークスペースを設けています。特色ある施策としては、日光を感知して自動的に調光する照明があります。

マドリード、スペイン マドリード市初のサステナブルオフィスビルです。外部からの騒音を最小限に抑え、ソーラーパネルや遮熱性のあるメタリックの外壁により省エネ効果を最大限に高めています。また余ったエネルギーをビル内でやり取りできるシステムも備えています。

クレアモント、ケンタッキー州「ジムビームアメリカンステルハウス」 米国グリーンビルディング協会よりLEED（Leadership in Energy and Environmental Design）のゴールド認証を取得しました。LEEDは、設計・建築・運営におけるビルの省エネパフォーマンスを評価するアメリカの優れたプログラムです。アメリカンステルハウスの認証取得は、エネルギー使用、照明、水や原材料の使用、その他のサステナブルな施策など、蒸溜所に直接よい影響を与える特色のあるグリーン設計・グリーン建築が認められたものです。

ジムビームアメリカンステルハウス

「ジムビームアメリカンステルハウス」は、LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) のゴールド認定を取得しています。この認定は、リーダーシップ、革新性、環境保護、社会的責任で優れた実績のある施設のみが取得できます。「ジムビームアメリカンステルハウス」における環境の持続性性能には以下のような特長があります。

- ・25%にリサイクル建材を使用
- ・節水型の設備、蛇口、水洗トイレにより水使用量を年あたり50%削減
- ・79%の建築廃材がリサイクルされ、埋立処分を回避



資源の有効利用

ビームサントリーは、廃棄物埋立量およびリサイクル・再利用率をモニタリングし、報告しています。今後も、生産資材、製品の包装・容器のリデュース、リユース、リサイクル活動に努めます。

廃棄物の削減と再資源化

メキシコ、カーサ・サウサ社では廃棄物の99.8%をリサイクル・再利用し、年平均47,000m³が埋立処分を回避しています。利用済みのリュウゼツラン（テキエラの原料）の繊維を回収して堆肥をつくっています。この堆肥は、地中の水分保持に役立ち、また新たなリュウゼツランの養分にもなります。

ケンタッキーのバーボン樽は100%有効に再利用しています。ほとんどは他の蒸溜酒製造会社で活用され、その他は家具などの木製品に生まれ変わります。バーボン樽には、サステナブルな木材のホワイトオークを調達しています。サプライヤーもホワイトオークのサステナブル調達に共感・協力しています。

穀類、糖液を扱う蒸溜所では、それらを回収し有効に再利用するプロセスをもっています。多くは家畜の飼料に再利用されています。また、排水処理プロセスの過程で出るバイオソリッド（汚泥）は、土壌改良に再利用しています。

容器の3R

「ビームサントリー・デザイントゥバリュー (Design-to-Value) チーム」は、製品デザインを向上させながら包装材を減らす方法を追求し、最終的にお客様にも環境にも、よりよい影響をもたらすことを目指しています。このチームの成果としては、より軽量のボトルデザイン、ガラス容器からポリエチレン樹脂容器への切り替え、無駄な段ボール・包装材の廃止などがあります。これらにより、包装資材量が削減され、合計コストと環境への負荷が削減されました。当社はリサイクルと再利用活動も推進しています。アイルランドのクーリー蒸溜所は、法的義務によって包装資材廃棄物の回収・リサイクル資金を拠出する企業をサポートする包装コンプライアンス制度「REPAK」のメンバーです。

また、カーサ・サウサ社は2014年に「メキシコ・ベストリサイクル・ストックウェアハウス」を受賞しました。

生物多様性保全を目的とした活動

ジムビーム自然保護区

創立200年を記念して、1995年に、ケンタッキー州レキシントンから32km離れたケンタッキー川の岸壁沿いに115エーカーの「ジムビーム自然保護区」を非営利団体「ネイチャーコンサーベーション」と協力してつくりました。化学物質を使わない自然な方法やバイオ技術を使ってケンタッキーの土手の再生プロジェクトを複数完了しました。ジムビームは何エーカーもの湿地帯を開発、保護しています。また、従業員を定期的にボランティア清掃するように促すなど、地域と連携した活動をしています。



自然豊かな工場周辺

ケンタッキー保全パートナー企業賞

メーカーズマーク蒸溜所は、620エーカーの敷地の一部を自然保護地区、自生植物保護地区と指定したことにより、野生生物と環境に良い影響を与えた企業として認められ、ケンタッキー州魚類・野生生物局局长から「ケンタッキー保全パートナー企業賞」を授与されました。

ケンタッキー州環境保護局と環境保全プログラムを実施

ケンタッキー州にあるビームサントリーの全拠点で「ケンタッキーエクセル」メンバーとして活動。毎年従業員が主導する環境チームが自主的にいくつかの環境プロジェクトを展開しています。

自然と共生する工場で従業員の環境チームが活躍

メーカーズマーク蒸溜所の環境チームでは、敷地内に鳥の巣箱を設置したり、在来種の植物を植えたり、ケンタッキー野生生物局と協働で生物多様性の維持と生息地の改善のための活動を推進しています。



環境チーム

工場周辺に生息するハクトウワシの営巣を従業員がサポート

ケンタッキー州にあるブッカーノー工場周辺には、ハクトウワシが生息しています。工場の従業員たちは、ハクトウワシのために、繁殖期ごとに営巣づくりを手助けしています。また、ブッカーノー工場の樽貯蔵庫では、メンフクロウの巣箱を設置するなどし、絶滅危惧種の保護に取り組んでいます。

野生鳥類とミツバチの保護

当社のアードモア蒸溜所（スコットランド）は英国鳥類保護協会のスポンサー企業になっています。以前は「東スコットランドシーイーグル回帰プログラム」に協賛していましたが、2013年から同協会ネイチャーオブスコットランド賞の「スピーシーズチャンピオン賞」部門のスポンサーをしています。また、ジムビーム蒸溜所やメーカーズマーク蒸溜所は、野生鳥類の保護活動を行っています。両蒸溜所はいろいろな種類の鳥やコウモリの巣箱をつくり、維持しています。クルバジェ蒸溜所は、ミツバチの保護を支援しています。（年間ミツバチの巣箱2つ-1150m²の花畑に参加）



石壁の保存 メーカーズマーク工場の取り組み

ケンタッキーには、地元の豊富な石灰岩を使った、ドライストーン工法（モルタルなどを使わずに石を積み上げる工法）によるアメリカの歴史的建造物が数多くあります。現在この地域の象徴ともいえるこれらの建造物が、存続の危機にひんしています。

特に、ケンタッキー州ブルーグラス地方の石壁は、この地域の代名詞として世界的に有名で、ここに住む人々やここを訪れる人々が引かれてきたその稀有な景観は、急速に消えつつあります。

歴史的な石壁が、開発、道路拡張工事、放置により消滅したり、運び出されたり、埋められたり、砂利に砕かれたりしています。また、技術を継承できる熟練した職人の減少も深刻です。

メーカーズマークは、「ドライストーンコンサバンス（www.drystone.org）」を支援しています。「ドライストーンコンサバンス」は、技術継承者の育成と復元プロジェクトを複数行っている、アメリカで唯一の組織です。



■地域・社会に対する取り組み

工場見学

アメリカ、カナダ、メキシコ、スコットランド、アイルランド、フランス、スペインで生産工場見学を実施しています。

従業員のボランティア活動

従業員の職場や住まいのある地域で、さまざまな慈善活動を行い、コミュニティをサポートしています。環境保全、災害時支援、ユナイテッド・ウェイ（※共同募金の団体）、ヘルスリサーチ、高等教育、文化施設など、コミュニティが必要とする重要な貢献活動に資金面で大きな援助をしています。

また、チームサントリーは従業員の慈善活動を支持します。「チームサントリー・ケアズプログラム」では、全従業員に、年2日間の有給休暇を取り、彼らの選んだコミュニティで奉仕活動をするのを奨励しています。（全員が参加した場合の合計活動時間は年88,000時間以上になります）

被災者支援活動

近年、自然災害が多く起きています。こうした事態を深刻に受けとめ、チームサントリーでは世界のあらゆる被災地の復旧活動に赤十字を通じた資金援助や人道支援を行っています。また、各地で起こった自然災害に対し、安全できれいな飲料水を多くの被災地に贈っています。

文化・芸術振興活動

従業員の職場や住まいのあるコミュニティで、地域に密着した取り組みを行っています。たとえば、本社の近くで行われる北アメリカで最も歴史のある音楽祭「ラヴィニア音楽祭」の主要スポンサーをしており、アメリカ有数のオーケストラ、シカゴ交響楽団も毎年公演しています。36エーカーのラヴィニア公園は、静かな森の中にあり、音楽に親しむには最適な場所で、15歳までの子ども、高校生、大学生は、芝生エリアに無料で入場して、クラシック演奏を聴くことができます。

また、サポート企業となっている本社近くのシカゴ植物園は、385エーカーに26区画の庭と4つの自然エリアをもつ自然の宝庫です。毎年恒例のさまざまなイベント、プログラムを主催し、年中無休、入場無料です。

若者や軍人への取り組み

未成年飲酒など当社商品の不適切な飲用を撲滅するため、チームサントリーは毎年多額の投資をしています。たとえば、当社は「クラスルームチャンピオンズ」（オリンピック選手を指導者として学校に送る団体）や「適正飲酒普及協会（FAAR, www.responsibility.org）」の設立メンバーです。また、2008年以来、軍人と傷痕軍人の家庭に緊急の経済的支援などを提供する非営利団体「Operation Homefront（オペレーションホームフロント）」の募金活動と認知向上を支援しています。

地域コミュニティでの環境教育

当社は、地域コミュニティの環境教育活動に参加しています。たとえば、ケンタッキー州クレアモントの「キッズフィッシングダービー」「蒸溜酒サミット」など、さまざまなステークホルダーが参加するイベントへの協賛です。また、ケンタッキーにある大学や州知事が参加する安全衛生展示・協議会を対象とした「EHSリーダーシップラーニング講座」を主催しています。

■従業員に対する取り組み

チームサントリーは、多様性のある職場環境づくりに努めるとともに、公平な雇用機会を提供しています。また、当社への入社条件を満たし、希望する応募者は、人種、肌の色、宗教、性別、国籍、遺伝、障がい、年齢、退役軍人であるかにかかわらず選考の対象とし、多様性を尊重しています。

ワークライフバランスの推進

チームサントリーは、ワークライフバランスを推進するため、従業員のフレキシブルな就業時間・就業場所をサポートする「グローバル・ガイドライン」を用意しています。このガイドラインに基づいて、各地域の人事部門では各地域に合った制度を策定し、従業員の業務への意欲とパフォーマンスを最大限に保つようサポートしています。一方、従業員は地域の法規制に準拠したフレックス勤務やフレックスロケーション勤務制度を利用できます。

フレックスタイム勤務

上司の許可を得た上で、1日の基準就業時間（コアタイム）を決めて勤務時間をずらす「ピークタイムフレックス勤務」や、週総労働時間を決めて出勤日を通常の週5日から減らす圧縮週労働日数制などがあります。

働きやすい職場づくり

当社は、労使間でのオープンなコミュニケーションと情報共有の場があり、各生産拠点での定期的な安全衛生トレーニングを実施しています。プロセス管理を徹底して効率化した「リーン生産方式」を実施している生産拠点では、毎日打ち合わせを行っており、特に安全性について話し合っています。このような話し合いでは総じてオープンで自由なコミュニケーションを大事にしています。

職場の安全衛生と従業員の健康管理

当社の全生産拠点に、労働安全衛生マネジメントシステムOHSAS18001に準拠した安全マネジメント基準を設けています。また、最低安全要件を明確にしたグローバル安全基準を策定し、全生産拠点でその要求事項を満たす安全行動プログラムと手順を展開しています。当社は従業員の健康増進を奨励しています。定期的な健康診断に加え、精神的・身体的健康を促進する機会や健康サービスの提供を行っています。

Suntory Beverage & Food Europe

サントリー食品ヨーロッパ

- ・ オランジーナサントリーフランス
- ・ ルコゼードライビーナサントリー
- ・ シュウェッpsサントリーエスパーニャ
- ・ シュウェッpsインターナショナル

サントリー食品ヨーロッパ

本社所在地 40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE 2
Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

事業内容 欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、経営管理等

ホームページ <http://suntorybeverageandfood-europe.com>

オランジーナサントリーフランス

本社所在地 40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE

ルコゼードライビーナサントリー

本社所在地 2 Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

シュウェッpsサントリーエスパーニャ

本社所在地 Paseo de la Castellana 202, 28046 Madrid - SPAIN

シュウェッpsインターナショナル

本社所在地 SIL, Media arena 5-6, 1114BC Amsterdam-Duivendrecht,
THE NETHERLANDS



9つの中核商品:9つの中核ブランド
オランジーナ、シュウェッps、
ルコゼード、ラ・カセーラ、ブルコ、
トリーナ、オアシス、ライビーナ、
サニーデライト

会社概要・理念

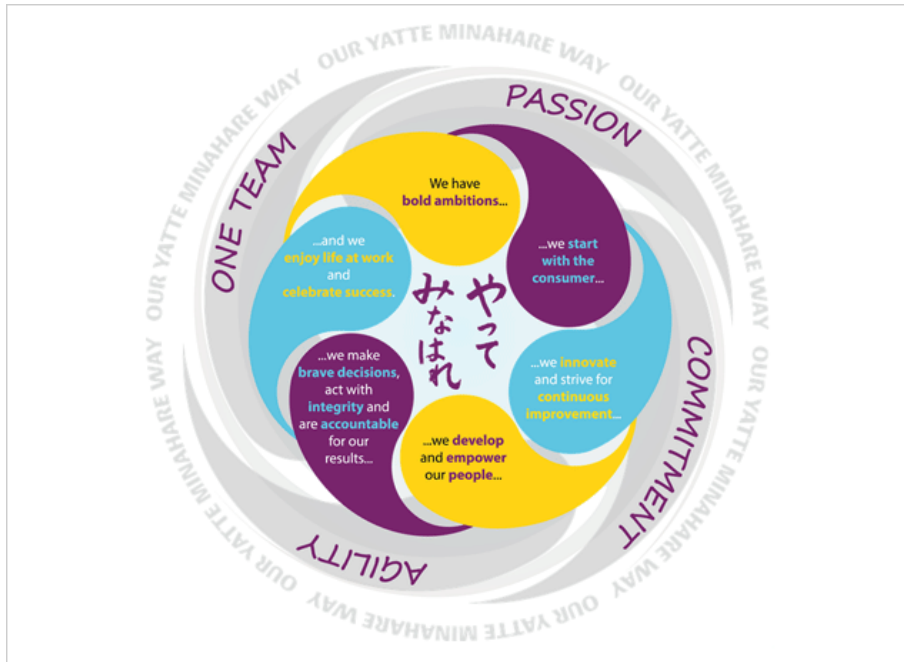
■Our Mission

Yatte Minahare Thinking
Revolutionise Drinking

■Our Vision

すべての事業活動の中心に地域のお客様を据え、上質で完成された味わいととも、他にはない体験ができる飲料を提供することで、2～4部門でトップ企業になることを目指します。

■行動指針：やってみなはれ



■私たちの仕事に対する姿勢

独自の「やってみなはれ」精神を原動力に、果敢に目標に取り組み、飲料に革新をもたらします。

主なCSR活動

■CSRの基本的な考え方

Growing for Good

グループの発展と競争力の向上は、事業とサステナビリティをいかに結びつけるかによります。当社は、サントリーグループの企業精神と長期ビジョンに倣い、“Growing for Good”を目指しており、常に進化し、お客様に喜んでいただける最高品質の飲料をつくとともに、サステナブルな社会の発展に積極的に貢献しています。これからも、人と自然と響きあいながら、新たなビジネスのかたちを創造していきます。



QEHSマネジメント

私たち企業の継続的な成長を図るための戦略として、独自のQEHS(品質、環境、健康、安全)方針を策定しました。私たちの基準は、EUや各国政府が要求する基準よりも厳格であり、自社のQEHSマネジメントシステムをとおして実践されています。この方針は厳格で正確に適用されており、お客様のニーズにマッチした高品質の商品の提供につながっています。



■お客様への取り組み

お客様第一主義

私たちは常にお客様のご期待に応える飲料づくりを心がけています。より砂糖を減らし、より多くの天然原料を使って、それでいて美味しさを損なわない飲料を、熱意とチャレンジ精神、イノベーション精神をもって追求しています。



加糖水準の低減

“甘さを控えながら美味しい飲料を”

当社の人気商品のほとんどは、美味しさをそのままに糖含有量を徐々に減らし、お客様にローカロリーで甘さを控えた飲料を楽しんでいただいています。実は、これが当社の商品開発の重要なポイントで、現在、全ビジネス部門が一体となって同じテーマに積極的に取り組んでいます。

安全性と品質の保証

“優れた商品を目指して”

私たちは、当社商品の高い安全性と信頼性をお約束します。すべての原材料は、サントリー品質方針「All for the Quality」に基づき、品質管理工程を通じて厳しい検査を受けています。

また、品質と天然原料にこだわり、果物をベースに、人工の着色料や香料、保存料を含まない幅広い商品ラインナップの提供を目標にしています。

責任ある摂取への取り組み

“全商品に栄養成分を表示”

全商品のパッケージの他、さまざまな形態で有益な栄養成分情報を明確に表示しています。この成分情報によって、お客様はニーズに合った商品を選ぶことができます。また、お子様には十分な判断力が備わっていないことから、当社は12歳以下を対象にした販売促進活動を全世界で中止しました。

フランスにおいては、VIVONS EN FORMEとの協調関係により、整った栄養バランスを促進する健康プログラムで若年者の肥満防止を促進しています。また小学校において、運動と適切な食事を持続できるように、地域活動も支援しています。より良い栄養摂取に向け、味覚に関する知識を増やせるよう、食べたことのない野菜や果物の味を体験できる多彩なワークショップやベジタブルガーデンづくりなどを行っています。

■従業員およびビジネスパートナーへの取り組み

Suntory Beverage & Food Europeの企業ビジョンはすべての従業員とビジネスパートナーに向けられています。

私たちは、「やってみなはれ」精神のもと、従業員が果敢に挑戦し、革新をもたらすことを奨励しています。これには情熱と前向きな姿勢、献身が必要であり、これらが私たちの大切にしている価値観です。



「やってみなはれ」精神の促進

「やってみなはれ」精神を原動力に

「やってみなはれ」で何事にも挑戦する従業員を支え、後押しできるよう、活気ある職場環境づくりに努めています。この「やってみなはれ」は、従業員やパートナーが行動を起こし、革新をもたらし、価値を創造するエネルギーになっています。そして、このことがサントリーグループ、ひいては社会の発展につながっていることを信じています。

従業員に対する取り組み

従業員の健康がパフォーマンスを生み出す

私たちは、従業員の健康とパフォーマンスには密接なつながりがあると考えています。このことから、厳格な安全衛生方針を、特に工場における安全衛生を重視して策定しています。従業員の雇用について、「すべての人々に対する機会均等の理念」を支持するSBFE行動規範と均等の方針を掲げ、個々の従業員の育成に取り組んでいます。充実した管理・研修プログラムにより、従業員一人ひとりが起業家となるような手段やツールを提供しています。

また、ルコゼードライバーナサントリーでは、ワークライフバランスの取り組みとして、フレックスタイムの方針を策定しており、従業員は労働時間の短縮や変更を要請することができます。

フランスでは、従業員それぞれの職務に対してより良い支援ができるよう、ベストプラクティスなどを含む管理プログラムを推進しています。

2013年には、ジェンダーダイバーシティを確実に推進するための協定について、フランス政府と調印を行っています。

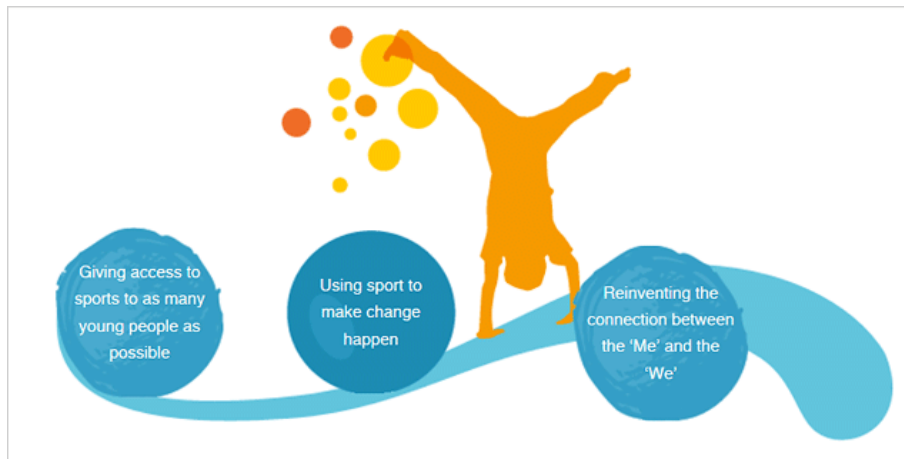
パートナーとの長期の関係

信頼が結果につながると信じて

ビジネスパートナーと長期にわたる信頼関係を築くことを重視しています。この信頼によって、品質、革新、環境保護における私たちの取り組みをビジネスパートナーと共有し、確かな行動計画をたて、サステナブルにビジネスを展開できます。当社の企業姿勢をまとめた「取引先行動規範」を策定しており、ビジネスパートナーの皆様へ受諾いただいています。

■社会との熱意の共有

社会は、喜び・情熱・活気・期待に満ちています。この前向きな価値観を社会の皆様と共有したいという思いから、前向きな姿勢で前向きな変化を促すプロジェクトを支援しています。



若者のスポーツへの参加を支援

スポーツが前向きな若者を育てる

スポーツは子どもの教育と発育に重要な役割を果たし、健康なライフスタイルと前向きな価値観を形成する上で大事な要素です。オランジーナ・シュウェップス・フランスでは、毎日、100万人の子どもが、80種目以上のスポーツに参加できるUNSS(フランス・スクール・スポーツ連合)などの地域プログラムを支援し、若者のスポーツや運動への参加を推進しています。また国民的スポーツチームのスポンサーとなってスター選手と提携するなど、若者のスポーツ参加への意欲を育てています。



スポーツを使った革新

スポーツによって前向きな変化をもたらす

人々が社会貢献活動に参加する機会としてスポーツは欠かせない存在であり、社会に前向きな変化をもたらします。オランジーナ・シュウェップス・フランスは、ラグビーチーム、フレンチフレアのパートナー企業として、恵まれない若者にラグビーのもつ前向きな価値を広めています。

ルコゼードライバーナサントリーでは、スポーツ用具や用品を地域のチームやクラブに提供するオンパックキャンペーンを実施。当選したクラブには、Random Acts of Kitout (ランダム・アクツ・オブ・キットアウト) プログラムの一環として、一流のアスリートが応援の訪問を行いました。

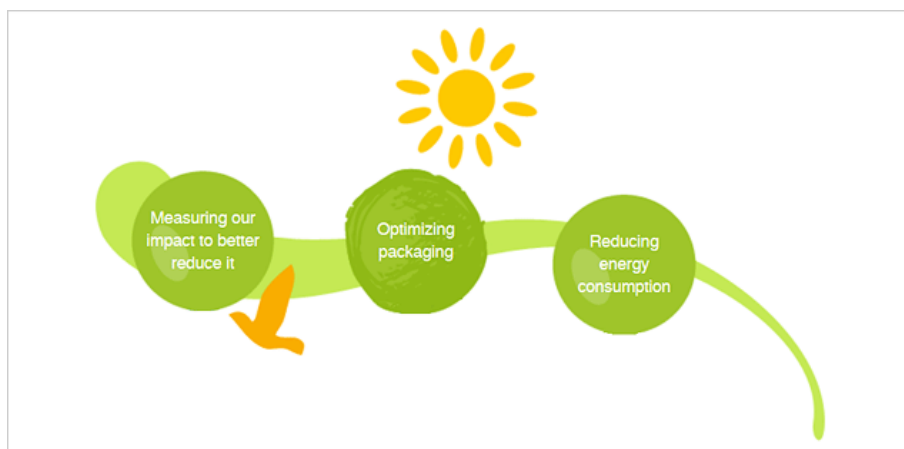
「私」と「私たち」のつながりをつくります

自分のために少し、皆のために少し

一人の幸福からみんなの幸福が生まれるべきだと私たちは考えます。楽しくバランスのとれた個人の生活習慣を促進する一方、個人のもつ前向きなエネルギーを、それを必要としている皆で分かちあうこと。これはオランジーナ・シュウェップス・スペインで行っている‘Me-We’プログラムの基本理念です。このプログラムでは、従業員個人の幸福を支援する一方、フードバンクなどへの寄付活動により、恵まれない人々とも幸福を分かちあうことを目的としています。

■環境保全

地球温暖化ガスは気候に重大な影響を与えています。その点から、私たちの事業活動が環境に与える影響を減らすことを最優先事項の1つに挙げています。環境への影響を測定・分析し、事業の全工程でCO₂排出量を削減するため計画を策定し、実行に移しています。ルコゼードライビーナサントリーでは、英国政府機関Defraの持続可能性のロードマップを尊重し、積極的に部門の持続可能性を強化しています。コールフォードの拠点では、「ゼロ廃棄物埋め立て地」としての運用や、自家発電のプラントも建設しています。



環境負荷の測定

2007年からCO₂排出量を分析

2007年以来、3年ごとに当社で排出するCO₂を測定しています。これによって環境負荷の大きい事業活動を特定でき、社内プロセスの見直しとビジネスパートナーの協力を経て、詳細な行動計画を策定できます。

容器包装の最適化

リデュース、リユース、リサイクル

当社のCO₂排出の要因のうち、容器包装は大きな割合を占めています。製品の安全性と品質を保ちながら、容器包装を改善し、環境負荷を削減することは当社の最優先事項であり、課題でもあります。

- ・ リデュース：容器包装の軽量化
使用原材料の削減とCO₂排出量の削減のため、容器包装の軽量化に努めています。
- ・ リサイクル：リサイクルの推進と改善
びんと缶についてはほぼ100%リサイクルしていますが、その他の容器包装材については100%ではありません。そのため、びんのリサイクルプロセスの改善、容器包装材の回収におけるお客様のご協力、この2つの課題に取り組んでいます。具体的には、ライビーナのペットボトルの一部をリサイクルしているほか、100%リサイクル プラスチックからつくられるドリンク ボトルを準備しています。また、イギリスで販売されている大半の商品には、消費者に「責任を持ったごみの処分」を喚起するメッセージを掲載しています。
- ・ リユース：容器包装材のリサイクル促進とリターナブルパッケージの使用
使用原材料の削減と環境負荷低減のため、リターナブルパッケージの使用とR-PETなどのリサイクル材の採用に取り組んでいます。

消費エネルギーの削減

最新設備による環境保全

10工場で全ISO14001シリーズの認証を取得しています。この国際規格に準拠するよう、定期的に生産プロセスを見直し、高効率で、省エネルギー効果のある新たな設備を導入しています。ガダーニュにあるフランス工場では、びん詰プロセスの改善により、40%のエネルギー削減を達成しました。

■水の保全

水は、量においても質においても、特に責任をもって管理しなければならない大切な資源です。飲料業界のリーディングカンパニーとして、また水域保全活動を先導するサントリーグループの一員として特別な責任をもって、私たちの製品の最大の成分である水を守ります。

水使用量の削減

必要とする最低限の水使用に努めて

すべての工場で水使用量の削減を強く意識し、常に生産プロセスの最適化を図っています。新しい設備と技術を駆使し、また、研修などにより、水を守る独自の社風を社内に浸透させています。

水と生きる

すばらしい生態系の中心にある水を使って地球上の生命を育む

サントリーの理念「水と生きる」に啓発を受け、良質の水を自然に還すことに配慮しています。水は私たちのすばらしい生態系の中心に存在し、地球上の生命の維持に欠かせないものです。水の処理工程では特に厳しい管理を自ら課し、自然の生態系維持に取り組んでいます。

“地域社会への貢献”

サントリー食品インターナショナルケニアでは、ケニアの首都ナイロビで子どもたちに安全な水を提供している「ケングミ救援センター（KRC）」に、子どもたちが集落の近くまで水を運ぶ重労働を軽減するため、運搬車のトゥクトゥク（オート三輪車）を2015年10月に寄贈しました。



■サステナブルな農業

当社の飲料は天然成分（果物、砂糖、水）からできています。それゆえ、商品の安全性と品質を保証し、ビジネスの未来を約束するためには、サプライヤーと密接に協力してサステナブルな方法を実行していかなくてはなりません。



原材料調達のエキスパートに

調達パートナーに対して、「自然保護」の項目を含むアンケートを実施

サントリー食品ヨーロッパでは、飲料の原料となる果物などのサプライヤーとともに、長期にわたって連携していくことを目指しています。そのために、サプライヤーに対して、原材料がどの農園で生産され、どの工場でどのようなプロセスを経てきたのかについて、自然保護や、持続可能性の観点で厳しい監査を義務づけています。

人と自然と響きあう

果汁飲料「ライビーナ」に使用される「カシス」の生産地で野生動物を含む自然環境保護活動を推進

サントリー食品ヨーロッパでは、ルコゼードライビーナサントリー（LRS）が製造する果汁飲料「ライビーナ」に使用される「カシス」の生産地を保護するために、2004年から自然保護団体「Wildlife Trusts」の協力を得て、生物多様性保全に長年取り組んでいます。また、LRSコールフォード工場周辺の広大な森林地帯の自然環境を保護するために「生物多様性行動計画(BAP)*」を策定しています。野生動物が生息する森林や草原の調査に基づき、生物の種類を増やす年間計画を立て、森林や草原の整備を地域の方々と協力して行っています。



豊かな自然に囲まれた
コールフォード工場

※生物多様性条約では、締約国にBAP（Biodiversity Action Plan）の策定を求めており、民間企業・団体は自主的に策定している場合があります。

Pepsi Bottling Ventures Group

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

本社所在地	4141 ParkLake Ave., Suite 600, Raleigh, NC 27612, USA
設立	1943年
事業内容	ペプシ系ボトラー
ホームページ	http://www.pepsibottlingventures.com/



主なCSR活動

■品質への取り組み

品質マネジメント

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、品質管理を徹底し、高品質な商品を提供するため、ペプシグループ共通の品質基準と自社独自の品質基準を遵守するとともに「AIBフードセーフティ (GMP) 指導・監査システム^{※1}」を導入しています。また、国際食品安全イニシアチブ (GFSI) の承認した食品安全システムスキームであるFSSC22000^{※2}の認証も取得しています。

※1 安全な食品を製造するためにとらなければならない行動のガイドラインであるGMP (適正製造規範) を重視した食品安全管理システム

※2 Food Safety System Certification 22000(FSSC22000) : ISO22000とISO/TS22002 (以前のPAS-220) を組み合わせたGFSI承認の食品安全認証スキームであり、食品製造のための食品安全に関する前提条件プログラム

■環境への取り組み

水使用の最適化

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品にとって欠かせない重要な水。その水に対する責任は、製造工場では極めて重要となります。最先端の逆浸透ろ過装置は、水の純度と節水を最適化できるように設計されています。また、逆浸透ろ過装置や他の製造過程から出される排水は、下水処理前に再利用され、さらに節水活動を徹底させています。また、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは新しい浄水システムに投資を続けています。その結果、高純度の原料水を精製し、1ガロンの商品を製造する過程で必要となる何ガロンもの水を削減することができるのです。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは2015年、1.72ガロンから1ガロンの商品を製造するという高い水利用効率を達成しました。



省エネルギー・CO₂削減に寄与する車両と配送システムの導入

2009年、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、全米のペプシボトラーで初めて、CooLift (クーリフト) パレットと特注の昇降式トレーラーを組み合わせた自動オーダーピッキングシステムを導入しました。このシステムの導入で、配送時間が短縮され、配送員の体力的負担も軽減されました。また、日々最適な配送ルートを選び、配送時間とガソリンを削減しています。さらに、ハイブリッド車の採用率は50%を達成しています。

2012年には2つ目の自動ピッキングシステムをWestern Optimized Warehouseに導入いたしました。加えて、2015年末までにノースカロライナおよびサウスカロライナにおける業界の7つの配送システムを統合したため、使用ガソリンも50%削減しました。



製品ラインでペットボトル容器を製造—エネルギー使用量削減

2012年ペプシ・ボトリング・ベンチャーズでは、ペットボトル容器の外部調達を停止し、ノースカロライナにある2つの自社工場で製造を開始しました。自社で製造、ラベリングを行うことで、梱包資材運搬用トラックを11台から1台に減らすことができました。また、ペットボトル自体を平均20%軽量化すると同時に、再利用プラスチックも10%使用しています。さらに新たに導入した設備は、外部調達で使用されていた設備と比較すると、エネルギー効率が20%改善されています。



プラスチック製ケース・パレット—再利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品の31%は、配送に多目的プラスチックケースとパレットを使用しています。何年も繰り返し使用できる素材を採用することで、埋め立て処理される段ボールや木材を使う必要がなくなりました。破損してしまったケースやパレットは製造工場に送られてリサイクルされ、再び新しく生まれ変わります。その他の商品には、リサイクル可能な収縮フィルムを使用し、補助梱包を使わないように努めています。



リサイクルセンターの集中化—再生利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの製造工場は、リサイクルセンターとしての役割も果たしています。段ボール、ストレッチフィルム、金属、ペットボトルといった資源は分別回収され、リサイクルセンターに集められます。顧客から返品された賞味期限切れの商品は粉碎処理され、再利用可能なパッケージは外部に販売します。さらに車両庫では、古い車や廃油、バッテリーやタイヤがリサイクルされています。これによって、2015年はペプシ・ボトリング・ベンチャーズの総廃棄量のリサイクル率は89.9%でした。



持続可能な建設

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、ハリスバーグ、ノースカロライナにシャーロットメトロポリタン周辺地域を担当する新しい配送施設の建設を開始いたしました。この施設は持続可能な建設、エネルギー効率、低環境負荷を考慮した設計がされています。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズにとって初めての内部外部ともに100% LEDの施設となります。また、高効率の自然ガス輻射暖房を採用し、入念に設計された雨水貯蓄池により雨水を周囲の水源に誘導しています。この新しい施設は2016年4月に完成し、業務を開始します。

■お客様との関わり

お客様の声を商品・サービスに反映するしくみ

お客様から寄せられるご意見・ご要望は、毎月ペプシコから報告を受け、社内で改善につなげるしくみを整備しています。たとえば、ペットボトルキャップをアメリカ国内で統一規格化されているローハイトキャップに転換した際に、お客様から「キャップが開けにくい」とのご意見をいただいたため、ビジネスパートナーと連携してキャップをきつく締めすぎないように改善を図りました。



健康的な食生活のサポート

お客様の食生活において飲料の栄養バランスを改善することを目的とした数多くの取り組みの1つとして、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、お客様の健康に貢献するドリンク各種を販売しています。お客様は、いつでもペプシコのWebサイトから、当社商品の栄養組成に関する情報を入手することができます。

■地域・社会に対する取り組み

自然災害の被災地支援

2010年にハイチ地震の被災者にボトル入りミネラルウォーターを提供しました。2011年には、ハリケーン・アイリーの被災者のために、ノースカロライナ ディザスター リリーフ ファンドに多くの資金援助を行いました。また、ハリケーン・サンディの被害を受けた従業員と一般住民にボトルウォーター、燃料、援助物資を供給するというかたちで、救済に大きく携わりました。

地域に根ざした活動

ノースカロライナ州のローリーにあるWake Tech Foundation（ウェイク・テック財団）に財政支援を行い、職業訓練の機会の増強、起業家やビジネスパートナーシップの育成を目的としたキャンパス拡大を支援しました。

ノースカロライナ自然科学博物館付属の自然科学リサーチセンターのグランドオープンにあたってスポンサーを務めました。初日の来館者は70,000人に上りました。この博物館は、ノースカロライナ州の博物館の中でも最大の来館者数を誇ります。

工場周辺の河川上流の水質保護活動を実施

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ（PBV）の本社工場は、アメリカ・ノースカロライナ州中央部のヌース川上流域に位置します。ヌース川上流域には、住人や地元企業など約30万人に生活水や飲料水を提供している貯水池があります。この地域では、人口が急速に増加していることから、ヌース川の水域をきれいに保ち、持続的に豊かな水を地域に提供する重要性はますます増しています。そこでPBVでは、2005年から地元の森林保全団体、自治体、土地所有者らと「ヌース川上流クリーンウォーターイニシアティブ」を通じて連携し、河川の水質を守るため、土壌の保全に取り組んでいます。また、外来種を取り除き、在来野生生物の生息地を取り戻すなど水質による影響を与える活動にも取り組んでいます。



ヌース川上流

ローリー市「ヒューマンリレーションズアワード」受賞

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、本社のあるノースカロライナ州ローリー市および近郊のトライアングル地域において、地域社会への社会貢献・慈善活動を行っています。この長年にわたる活動に対して、ローリー市から「Human Relations Award（ヒューマンリレーションズアワード）」を受賞しました。

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが行っている地域社会への社会貢献・慈善活動は、財政的な支援に加え、当社飲料商品の提供、ボランティアの派遣、広告、看板などを支援するとともに、従業員のボランティア活動も推奨・支援しています。また、多くの慈善事業団体においてリーダー主導型のボランティア活動を当社の役員が推進しており、Matched Giving（マッチド・ギビング[※]）に加えて、役員がボランティアに参加した際には寄付が増額となる当社の慈善プログラムもあります。



※Matched Givingは自社の従業員が自発的に慈善団体へ行った寄付やボランティア活動と同等の金額（あるいは寄贈品）を会社もその慈善団体に寄付・寄贈する慈善プログラム

■従業員に対する取り組み

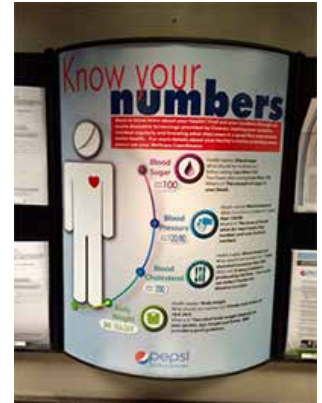
従業員が健康でいきいきと働ける職場づくり

従業員の健康を守るために安全管理部から改称した安全衛生部が健康管理を行い、より健康的に働けるように指導をしています。また、すべての従業員に対して毎年健康診断の受診を促し、従業員とその配偶者に無料でインフルエンザの予防接種を行っています。毎年選抜された工場で行われる「安全管理の日」では、地元の病院や健康の専門家を招き、正しい水分補給の方法や心臓の健康といったトピックスについて講演を行っています。AED（自動体外式除細動器）は全工場に設置されており、選ばれた従業員が基本的な応急処置方法と心肺機能蘇生法の訓練を受けています。また「水曜日のウォーキング」という活動が昼休み時間に毎週開催され、いくつかのグループが集まり、ストレッチやウォーキングをチームで楽しんでいます。「金曜日は新鮮フルーツの日」は全事業所で毎月1回開催され、健康的な朝食や軽食を提供し、従業員の健康維持・増進を図っています。さらに、総体的に組織の健全性を維持するため、1年おきに従業員意見調査を実施しています。従業員の意見に耳を傾けて話し合いの場を設けることで、組織全体の改革へとつなげています。

選択された施設において、従業員数に応じたバイOMETリックテストも行われています。スクリーニングは、当社従業員に、現在の健康状態に関する知識や意識を植え付けるのに役立っています。従業員は自分の健康状態に関する理解を深めることになり、状況の改善が必要な場合には担当医に相談することもできます。予防的健康維持は従業員の健康と安全の主要なテーマの1つです。



「金曜日は新鮮フルーツの日」



会社としての運動促進プログラムも、当社の東方部門で大きな成功を収めてきました。同様のプログラムを作成しているいくつかの企業（UPS、ボーイング、フォルクスワーゲンなど）のように、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズも作業中の従業員の傷害リスクを軽減するために、このプログラムを採用しました。ストレッチ、痛みを管理するためのボディセラピー的自己マッサージ技術、商品取り扱い時の人間工学に基づいた荷上げ技術が、このプログラムの重要な要素となっています。



「Stretch for Success
(成功のためのストレッチ)」



「Work Smarter NOT Harder
(ハードでは無くスマートな仕事)」



作業環境の安全は、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが最も真剣に捉えている課題です。「安全第一」を厳守するため、当社では数多くの施設に「安全の日」を設定しています。「安全の日」の活動は、ハイウェイパトロールによるインストラクター主導のトレーニングから、消火訓練やフォークリフト訓練など、実践的な活動まで多岐にわたります。「安全の日」のイベントは、安全かつ生産的な作業環境に向けた最適な実践方法を作業者に楽しく学んでもらう機会です。



「安全の日」に参加する
ハイウェイ・パトロール



フォークリフト訓練の様子

本社所在地	18 Cross Street, #12-01/08, China Square Central, Singapore 048423
設立	1983年シンガポール取引所メインボードに上場、2012年 12月に上場廃止し、サントリー食品インターナショナル(株) の傘下に入る
事業内容	健康食品および加工食品の製造・販売
ホームページ	http://www.cerebos.com



主なCSR活動

■CSR経営の推進

セレボス・グループのCSR戦略

CSR経営はセレボス・グループのビジネスの根幹となっています。永続的に企業活動を行うためには、優れたビジネスの手法や実践はもちろんのこと、企業や食品のブランディングをCSRの実践によって強化していくことが重要です。当社のCSR方針は、その効果を最大限に高めるために、トリプルボトムライン指針を採用しています。これは経済的価値(会社の利益)のみならず、社会的価値(チャリティと地域社会参加)、環境価値(環境配慮の実践)にも焦点を当てたものです。



コーポレート・ガバナンス

セレボス・グループは、コーポレート・ガバナンスに高い基準を設定しています。2009年にはビジネス・タイムズの「Governance and Transparency Index (ガバナンスと透明度に関するインデックス)」で26位にランクづけされました。また、取締役会の役員は、さまざまな業界での豊富な経験を有する有能なビジネスリーダーたちです。互いに協力して、事業をさらなる大きな成功へと導いていきます。

品質保証

セレボス・グループは、ベストプラクティス企業を目指す取り組みの一環として、2011年にグループ品質保証部門を立ち上げました。グループ品質保証部門の使命は、食品安全・規制遵守を「農場から食卓まで」すべてのプロセスで徹底することにあります。これはセレボスの企業理念やビジョンに沿っており、セレボス・グループ全体に一貫して浸透している原則、方針、基準が手引きとなっています。これらの原則、方針、基準は、以下の領域に重点を置いています。

- ・ Customer Focus : お客様重視
- ・ Enhanced Innovation : 革新の強化
- ・ Risk Management : リスク管理
- ・ Essence of Lean, Clean & Green : 無駄がなく、清潔で、環境にやさしい
- ・ Brand Image & Reputation Protection : ブランドイメージと評判の維持
- ・ Ownership, Shared Responsibility & Accountability : オーナーシップと説明責任
- ・ Strategic Partnership : 戦略的パートナーシップ

グループ品質保証部門は、サプライチェーンのさまざまな機能や管理職と連携し、品質管理に関連するしくみを構築しており、よりよい組織と品質管理のもと、部門を超えたグループ全体で最高品質を実現しています。

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

セレボス・グループは6カ国に9つの工場を有しており、すべての工場がISO14001の認証を取得しています。特にタイとマレーシアに設立した最新工場は、環境に配慮した機能を設計段階から組み込み、運営にも活かしています。アジアでは、すべての事業がISO14001とOHSAS18001(労働安全衛生マネジメントシステム)の認証取得に向けて取り組みを進めており、良好な環境マネジメントを維持しつつ、さらなる改善を目指しています。

工場での取り組み

セレボス・グループのオーストラリアの工場は、DUES (Department of Utilities, Energy and Sustainability) とともに、資源の使用量削減とリサイクルに力を注いでいます。

現在は、スタッフ啓発プログラム、液体廃棄物処理方法の改善、下水使用量の削減、水を使用しないボトルコンベヤー注油法の試験導入などを進めています。また、環境に影響を与える包装廃棄物の削減にも取り組んでいるほか、当社は2000年にオーストラリアの包装協定「National Packaging Covenant」の方針への支持を表明しています。使用済みのパッケージ廃棄量の削減、生産プロセスの効率化、パッケージ材料の再利用やリサイクルによる資源の節約等の取り組みを通してパッケージに関わる環境への影響を最小限に抑えています。近年セレボスオーストラリアでは、パッケージに関わる環境への影響をさらに抑えるため、デザイン、リサイクル、製品管理責任の具体的な目標を打ち出した5カ年計画を設定しました。ニュージーランドではセレボスグレッグスがパッケージの機能、資源利用の効率化、環境影響の少ない材料の使用、ライフサイクルの終わりへの配慮に焦点を当てたパッケージの製品管理責任スキームに参加しました。



タイ国ピントンの「Bird's Nest」工場

環境に配慮したサステナブルな工場が完成

2010年にタイとマレーシアに開設した2つの新工場は、環境にやさしく、エネルギー効率のよさが特徴です。太陽電池、省エネ型電球、自然採光、ボイラーやクーラーを管理する省エネユーティリティシステムと、生産ラインで使用した水を衛生システムに再利用するしくみなどを取り入れています。この2つの工場はGMP(工程設計)、ISO9001(品質マネジメントシステム)、ISO14001(環境マネジメントシステム)などの国際基準の認証を取得しています。さらに、タイ工場はOHSAS18001(労働安全衛生マネジメントシステム)も取得しています。セレボス・グループは、今後も環境負荷低減に向けた取り組みを推進し、持続可能な未来に向けて、地域社会とともに成長し続けます。



タイの新工場



「Bird's Nest」のボトリング工程

オーストラリアでは前年度比-5%のエネルギーと排気量の削減を目標として設定し、複数のエネルギー削減の取り組みを導入しました。取り組みの例として、センサーやスイッチ増設によるこまめな照明管理、ハロゲンランプをLEDに更新、生産プロセスの向上によるガス使用量の削減などがあります。これらの取り組みによりCO₂排出量が8.2%削減(437kg/トンから401kg/トン)され、エネルギー消費量を2.9%削減(4.78GJ/トンから4.64GJ/トン)しました。廃棄物の埋立量に関しては、麻袋を必要に応じて植物園や動物園に寄付するなどしてすべてリサイクルし、その他の材料もパシフィックウーヴンを通してリサイクルし、埋め立て地への影響を削減しています。コーヒー豆の殻も地方政府がコンポストとして公園で使われています。これらの取り組みにより、廃棄物の埋立量が17%削減(48.4kg/トンから40.2kg/トン)されました。コーヒーのローストにおいて水の使用量を削減する取り組みも行い、水の使用量を34.4%削減(0.29m³/トンから0.19m³/トン)しました。

廃棄物削減のプログラムを導入

セレボスのシンガポールオフィスでは、2010年に廃棄量とリサイクルプログラムを導入し、10.4トンの紙と2.97トンのガラスのリサイクルに成功しました。取り組み開始から5年目には、新たに廃棄物を紙、プラスチック、ガラスの3つに分別するシステムを導入しました。色分けしたサインをゴミ箱に貼り付け、容易に識別、分別できるようにしています。2015年第4四半期の開始から、2,030kgの紙、プラスチック、ガラスがリサイクルされています。

シンガポールオフィスで実施された廃棄物削減とリサイクルプログラムの導入成功に続き、台湾でもこのプログラムを実施することになりました。現在、台湾ではエコなライフスタイルが奨励され、全従業員が日々の活動から取り組みを始めており、コンセントをこまめに抜く、両面印刷をする、空調の温度管理をする、といった環境に配慮した数々の省エネ活動を続けています。「小さな努力の積み重ねで、地球環境の保全に貢献できる」というメッセージは従業員一人ひとりに届き、環境に対する理解が進み、このプログラムは大きな成功を収めました。現在も従業員に毎月エコアイデアを提案し、環境保護のためにできることを続けています。



■お客様との関わり

お客様満足の追求

セレボス・グループでは、2002年からお客様とのよりよい関係を維持することをマーケティングの基本理念としています。その一環として、すべての地域で、CRM(顧客関係管理)システムを運用し、お客様ニーズを把握するとともにお客様満足度の向上につなげています。当社が管理する顧客データは数百万名以上に達し、なお増え続けています。データベースから、お客様と直接コミュニケーションを図るなど、より交流を深めながらブランドへの親近感を高めています。

各地で広がるセレボスの「BRAND'S®」

セレボスタイは、アジアで展開する商品「BRAND'S®(ブランド)」と同様の栄養分を持ち、さらに新しい味と香りをプラスした「BRAND'S® We-Like」を発売しました。新しい味の香りのついたパッドを大衆紙の一面に載せ、地下鉄利用者すべてに配付するという革新的なアイデアで販売を促進しました。また、「BRAND'S®」を買うお客様にFacebookやInstagram経由で写真をアップロードしてもらい、賞品を獲得してもらうオンラインのフォトコンテストも実施しました。「BRAND'S®」の新しい味と香りによって、料理に「BRAND'S®」を使うのを躊躇していた人にも受け入れられ、今後は従来とは異なる新しい考えや価値観をもつ10代や若い世代の新たなお客様の獲得にもつながると期待されます。

また、セレボスはオーストラリアとニュージーランドでコーヒー事業、とりわけカフェ市場で確固たる存在感を示しています。オーストラリアでは数多くの卸売業者との取引があり、ニュージーランドでは全国チェーンのカフェ「Robert Harris(ロバート・ハリス)」の45店舗を所有しています。さらに、自社ブランドコーヒーを扱うコーヒーショップ「Toby's Estate(トビーズ・エステート)」「Atomic(アトミック)」「Caffe L'affar(カフェ・ラフェール)」も経営しています。セレボスのプレミアムコーヒーブランド「Orb(オーブ)」は、小売店向けに売り出した商品で、ニュージーランド最大のスーパーマーケットチェーン「Countdown(カウントダウン)」内にある新しいカフェの開店と同時にカフェ内で発売しました。今ではCountdownのカフェ店内でOrbコーヒーを飲むことも可能で、コーヒー豆を購入して自宅でOrbコーヒーを淹れることもできます。

セレボスは、競合相手との差別化や顧客管理を徹底し、お客様との関係をさらに強化していきます。そしてブランドに対するロイヤリティを確立し、持続可能な成長を実現していきます。



「BRAND'S® We-Like」
キャンペーン

お客様との交流がデジタル化

コミュニケーションや会話の方法は、ここ数年間で劇的に変化しました。こうした変化から、お客様との交流や商品のブランディング方法に新しい視点を取り入れています。私たちは徐々に、伝統的なメディア媒体によるキャンペーンから、デジタルマーケティングに注力し、デジタル世代の顧客層へと展開していきます。

私たちは、デジタル化によってよりお客様との距離を縮められる可能性があります。このチャンスを活かして、データ分析とデジタル技術を駆使したお客様との交流方法により、お客様のライフスタイルをいち早く把握していきます。また、デジタルマーケティング力を強化し、お客様との関係を維持しながら魅了し続けることで、ブランドに対するロイヤリティを構築し持続可能な成長を達成していきます。



■ビジネスパートナーとの関わり

セレボス・グループは、CSR活動におけるベストプラクティス企業を目指す活動の一環として、ビジネスパートナーと協業し、人権、労働基準、環境保全などの社会的責任を各自が果たすことに取り組んでいます。これによって、セレボス・グループのビジネス活動だけではなく、ビジネスパートナーのビジネス活動も持続可能になると考えています。

2012年には調達部門を設立し、新たに設立された地域調達部では、すべてのビジネスユニットにわたる調達プロセスにおいて矛盾がなく、よい労働慣行を実現できるよう貢献しました。また、地域調達方針も策定し、調達活動やサプライヤーの選定におけるガイドラインを設けています。

また、すべてのビジネス活動においてビジネスパートナーと綿密に連携しています。たとえば、セレボスグレッグスは製造プロセスで使用するラベルの下地材を「Eco-label (エコ・ラベル)」と呼ばれるリサイクル可能なものに切り替えました。これまで使用していた下地材はグラシンからできており、リサイクルができず年間総廃棄物量の2.75%を占めていました。「Eco-label」は100%リサイクル可能なポリプロピレンからできているため、回収後は工場外でプラスチックパレットなどの製品に再利用されます。グラシンの下地材を納入していたサプライヤーから、ニュージーランドの廃棄物管理法遵守のため「Eco-label」を代替品として使うという提案を受けました。セレボスの環境方針では「当社の環境パフォーマンスを常に意識し、継続して改善する努力をする」こと、「セレボスの事業活動すべての分野で環境問題に配慮する」ことを掲げており、「Eco-label」への切り替えはこの方針に合うものです。

■地域・社会に対する取り組み

地域に根ざした社会貢献活動

セレボス・グループが社会的に信頼される企業であるために、地域貢献は重要な要素です。日頃から従業員とその家族、恵まれていない人たちの生活がより豊かになるよう、革新的で意義のある活動を提供する機会を探しています。当社の貢献活動は健康・教育・スポーツ・芸術分野と多岐にわたっています。

地域の取り組みへの支援

セレボス・タイでは、タイの人々にBRAND's Bird's Nest 母の日キャンペーンを通して、ソムサワリー王女が後援するQuality Mother Foundationが設立した小児がんの支援団体 (Children Cancer Foundation) への支援を促しています。これは私たちの子どもたちがタイの将来を担う存在であり、治療を受け、完治し、日常生活を取り戻す機会を可能な限り得るべきと認識しているからです。さらに、BRAND'sは、白血病と戦う女の子とその母親が骨髄を提供した事例のテレビCMを制作しています。

セレボス従業員によるボランティア活動

セレボスオーストラリアとセレボスニュージーランドは、「Charity & Community Program (チャリティ&コミュニティ・プログラム)」制度を設け、従業員に年に1日、有給のボランティア休暇を与えています。これによってセレボスの従業員は地域社会での社会福祉に積極的に参加しています。

2015年は、セレボスオーストラリアの従業員たちがニュージーランドの慈善団体City Mission(シティミッション) とオーストラリアのフードバンク活動団体と協力してボランティア活動を行いました。空いている時間を使い、地域社会の少数派や恵まれない人々の生活を改善することができ、活動に参加した従業員も「大変やりがいのあるものだった」と話しています。

セレボスオーストラリアは、1998年からフードバンク活動を支援していますが、過去2年はさらに関係を深め、商品の寄付、資金の提供、従業員の参加を強化しています。2014年1月には、シンガポールでセレボスオーストラリアの従業員が商品にピッキング、梱包、パレット積み、食品の配布の準備の手伝い等で650時間近くのボランティア活動を行いました。2015年に、セレボスは24,000カートン(138,000オーストラリアドル相当)の食品を寄付しました。また、ドナルド・マクドナルド・ハウスにコーヒーマシンや資金の寄付も行いました。これらは、病気の子どもがいる家庭を支援するために一時的に貸し出されます。2015年にはこの取り組みを支援するために100,000オーストラリアドル以上を寄付しています。



オーストラリアにあるカフェやエスプレッソバーにスペシャルティコーヒーを納入しているToby's Estateは、2つの慈善事業団体Yaama Dhiyaan (ヤーマディーアーン) とHope Street (ホープストリート) と提携し、地域社会への支援を行っています。Yaama Dhiyaanでは、従業員が8年以上にわたって学生にバリスタになるための研修の助成金を支給しています。Yaama Dhiyaanは、オーストラリアで初、そして唯一のアボリジニ・先住民のためのカレッジで、若者の就業を支援しています。

また、Hope Streetがワゴン車のカフェの開店を支援するプロジェクトを開始しました。そこで働く人々が安定した収入を得、自尊心をもち、よりよい生活を送れるようにすることが目的です。「Charity & Community Program」を通じてボランティアの機会をもつことは、セレボスの従業員からも高く評価されており、セレボスの事業活動においても従業員が積極的に関わり、革新的なアイデアを生み出したり、アクティブに仕事に取り組んだりするなど、活気づいてきています。



夢をはばたかせよう — 「台湾の子どもたちの可能性を引きだそう」をセレボスが支援!

セレボス台湾は、「台湾の子どもたちの可能性を引きだそう」プロジェクトを立ち上げました。これは、学校を基点とした「創造性の開発」プログラムと、全国展開している「Hope in a Bottle (ホープ・イン・ア・ボトル)」プログラムという2つのプログラムで構成されています。この取り組みは、身体的・精神的・知的潜在能力を引き出し、夢の実現を支援することにより、台湾の子どもたちの生活に、よい変化をもたらすことです。

「創造性の開発」プログラムでは、経済的な理由から学業の支援が必要な台湾の学校に、芸術と創造性を重視したカリキュラムを提供しています。セレボスのボランティアスタッフも、地域や文化に関連する色やモチーフ、建築様式について学ぶ1日がかりのプログラムに毎週学生とともに参加し、学生個々のアートプロジェクトやさらにスケールの大きな地域のアートプロジェクトに発展させています。

「Hope in a Bottle」は、学生個人やグループに対し、コミュニティに有意義な影響を与える企画を彼らが考えることを通じて、大きな夢を抱くことを支援する全国的なプログラムで、セレボスは助成金を提供しています。また、セレボスが主催する「Hope Coaches (ホープ・コーチズ)」や「Hope Team (ホープ・チーム)」のボランティアが学生たちにガイダンスを行い、プロジェクトや夢の実現を果たした学生チームから学ぶ機会を提供しています。

次世代のニーズに焦点を当てることで台湾にサステナブルで活気のあるコミュニティを創出するという当社の長期的な取り組みが、このプログラムを通じて実証されています。



「Hope in a Bottle」
プログラム参加者

模範的CSRとして評価

セレボス・グループのCSR活動は、シンガポールで高く評価されています。最近では、シンガポール健康科学局から「Excellent Stakeholder and Partnership Award」、またシンガポールHRインスティテュートから「Leading HR Practices Award」など、企業の社会的責任に関する賞を授与されています。2015年に、セレボスは初めてサステナビリティレポートを発行しました。レポートでは、セレボス・グループが近年取り組んでいる活動の概要とともに、持続可能な組織を目指す上での取り組みも紹介しています。セレボスは、アジアサステナビリティレポートアワード2015でアジアの初めて発行したサステナビリティレポートのカテゴリーで最終候補の1社に選ばれました。



世界各地で多様なCSR活動を展開

セレボス・グループは、タイのボランティア医師財団「Volunteer Doctor Foundation in Thailand」や、大学入試を控えた学生の受験勉強を支援する「BRAND'S®サマーキャンプ」など、長期的なボランティア活動に参加しています。BRAND'S®サマーキャンプは、25年目で大学入試を支援した学生が50,000名を超えました。また、シンガポールの従業員は、援助を必要とする子どもたち100名をセレボスのクリスマスパーティに招待し、子どもたちのためにプレゼントを贈ったり、特別なプログラムを通して楽しみました。さらに、セレボスのボランティアスタッフが、シンガポールの恵まれない家庭に4,000食を届ける大規模な料理イベントに参加しました。



BRAND'S®サマーキャンプ



セレボス・クリスマスパーティ



料理イベントに参加した
セレボス従業員

セレボスは富邦（フホン）台湾マラソンを支援し、参加ランナーに内臓を除去した鶏を丸ごと使ったスープ「BRAND'S® Essence of Chicken(エッセンスオブチキン)」を50,000本提供しました。また、ランナーを応援するために、20名の著名なソーシャルメディアユーザー（ブロガー等）を大会に招き、「BRAND'S® Healthy Cheer Squad（健康応援団）」を組織して、コース上にあるバルーンで示されたkm標識の前をランナーが通り過ぎる際に声援を送りました。「健康は続く、夢も続く——思いもかけないマラソンの夢」という大会のテーマに即した大会となりました。

各地域での活動

・オーストラリア

セレボスは、オーストラリア・ニュージーランドのマクドナルドに納入するため、熱帯雨林を維持することを目的に設立された国際的な非営利団体「Rainforest Alliance (レインフォレスト・アライアンス)」が認証したコーヒー豆を毎年2,000トン以上仕入れ、安定した供給に貢献しています。また、Food Bankを継続的に支援しており、5万食以上の食事を、必要な人々に提供しています。

・シンガポール

BRAND'S®は「BRAND'S® Funival(ファンニヴァル)」の期間中、ワールドビジョンインターナショナルと提携し、「BRAND'S® Essence of Chickenを飲んで、寄付をしよう」という慈善募金活動に従事しました。買い物客は1シンガポールドルで「BRAND'S® Essence of Chicken」を購入し、慈善活動という大義のためにその場で飲むという趣旨の活動です。2,000シンガポールドル以上が寄付され、開発援助や緊急人道支援に取り組む国際NGO「World Vision International(ワールドビジョンインターナショナル)」に贈られました。この寄付金は、弱い立場にある子どもたちが巻き込まれている世界の貧困問題に、将来積極的に取り組んでいくワールドビジョンのユース使節団を育成するための資金となります。

・マレーシア

マレーシアで開催された「Smart Achievers Campaign (スマートアチーバーズキャンペーン)」では、研究と課外活動両方に秀でた学生を表彰しました。また、「Cerebos Charity Warehouse Sales (セレボスチャリティウェアハウスセールス)」を開催し、14日間にわたる「BRAND'S®キャンペーン」と合わせて、災害救助に対する寄付と助成を呼びかけました。

「Habitat for Humanity」を支援

セレボス・グループのFood & Coffee部門は「家を建てる、コミュニティを築く、希望を生む」を理念に、オーストラリアとニュージーランドで活動を展開している「Habitat for Humanity(ハビタットフォーヒューマニティー)」を支援し続けています。また、資金援助にとどまらず、2名の従業員がエチオピアに赴き、このNGOが進める住居建築プロジェクトに参加しています。エチオピアはセレボス・グループの扱うコーヒー豆の産地でもあります。



BRAND'S®の
ボトルキャップコレクション



住居建築プロジェクトに参加した
セレボス・グループ従業員

STSPMFを企業チャリティに設定

セレボス・グループは慈善募金基金「STSPMF (The Straits Times School Pocket Money Fund) / ストレイツ・タイムズスクールのポケットマネー・ファンド」創設メンバーとして、2000年の創設以来、継続して協力を行っています。この団体の活動趣旨は、収入の低い家庭の子どもたちが、文房具などを購入できずに学校に通っていることを、世間にもっと知ってもらうことです。STSPMFは子どもたちに対し、給食費、バス代や文房具代などの援助を行っています。援助を受けた子どもたちの数は設立当時の3,000名から12,000名(2012年)に増加。支援金の総額は130万シンガポールドルから、現在は490万シンガポールドルに達しています。



慈善募金基金「STSPMF」に寄付

■ワールド・ビジョン・インターナショナル

BRAND'S®は、参入するアジア市場すべてで「良い方向に変える」ことをテーマに恵まれない子どもたちの支援をしています。そのために、ワールド・ビジョン・インターナショナルと共同し、180,000シンガポールドルを募るとともに、180名の子どもを支援しています。募った寄付金はすべて各地のワールド・ビジョンの受益者に配布されました。コミュニティや支援している子どもごとのニーズに合わせ、清潔な水、学費の支援を通じた教育、学校の資材や教師の教育、よりよい栄養や医療を提供しています。



セレボスの従業員と
ワールド・ビジョンの受益者
(ボークレア、タイ)

■従業員に対する取り組み

ビジネスの成長には優れた人材が不可欠であるとの考えから、セレボス・グループの2020年に向けたビジョン「Create our Future (私たちの未来を創ろう)」は、あらゆる階層で活発なリーダーシップを重視しています。このビジョンは、セレボス・グループが2020年までに「最もエキサイティングな企業、最も学ぶべき組織、最も必要とされる会社、そして最も給与の高い企業」となることです。商品革新、研究開発、お客様との強固な関係により、このビジョンの実現を目指します。

セレボス・グループは、「GfW (Grow from Within / 内部からの成長)」戦略を開発しました。これは、セレボス・グループの従業員の潜在能力を引き出し、セレボス・グループの成長を目指した戦略的意思決定権を従業員に与えることで、ビジョンの達成を支援するものです。GfWは2つの主要な取り組み「Heart of Performance (ハートオブパフォーマンス)」と「Cerebos-NUS リーダーシップ開発プログラム (LDP)」で構成されています。

人材の開発 – Heart of Performance

GfW戦略の基盤であるこの取り組みは、社内からリーダーを育成するために、コーチングのアプローチを用いて、セレボス・グループの管理職全員にスキルを習得させることを目指しています。セレボス・グループのリーダーはそれぞれのマネジャーのどのスキルを育成させるべきか見極め、必要なツールを提供します。ラインマネジャーや上級・最高経営幹部の支援に向け特別に考案された「Heart of Performance」は、パフォーマンス力とリーダーシップ力の開発を図ります。

人材の開発 - Cerebos-NUS リーダーシップ開発プログラム (LDP)

LDPは、セレボス・グループの将来のリーダーであり、成長の牽引役となる中間管理職向けプログラムです。このプログラムには、クアクアレリ・シモンズ社による世界大学ランキングで、2013年5月9日に世界第8位にランクインしたシンガポール国立大学 (NUS) との連携プログラムも含まれ、5カ月間にわたるリーダーシップ開発プログラムをセレボス・グループ向けにカスタマイズしています。LDPの基盤となっているのは、リーダーシップ能力と戦略的な優先順位づけができる能力です。LDPは、学習を参加型で有意義なものとするようにしています。

従業員の成長を支援

セレボス・グループのビジョンであるアジア・太平洋地域で最も優れた健康・加工食品会社になるため、従業員、お客様、および株主のために価値を創造するため、従業員の成長を支援しています。

長年にわたり、当社は従業員とつながり、従業員の声に耳を傾けるプラットフォームとしくみを確立してきました。セレボス・グループは、従業員調査、半年ごとの従業員集会、管理職との対話、「Heart Talk(ハートトーク)」セッションを実施しています。「Heart Talk」セッションでは、従業員に人事問題に関する疑問を解消したり、考えを共有したりする機会を提供します。一方、管理職との対話では、最高経営幹部に対して会社の方向性や事業戦略に関して従業員が質問できる機会を設けています。

このように、従業員が経営幹部と距離を縮め、交流する機会をもつことで、人として魅力的で気力あふれる従業員育成の一助となっています。

従業員のボランティア活動を支援

セレボス・グループは、従業員が社会と共生するため、CSRの精神を職場とライフスタイルに組み込んでいます。2002年には「健康委員会」(現在の名称:クオリティワークライフ委員会)を設立し、各部署から代表者が参加し、従業員の関心に応じたさまざまな活動を行っています。委員会メンバーは、毎年炊き出しや教科書・文房具を恵まれない子どもたちに提供するなどの地域貢献活動・ボランティア活動など、従業員の創造力や興味を促すさまざまな企画を立案・実施しています。

また、セレボスは従業員に時間を使うかたちのボランティアの機会も提供しています。シンガポールではボランティア休暇を使い、慈善団体を支援することができます。ニュージーランドでは従業員が「City Mission」で服の仕分けや、恵まれない家庭に寄付する食品の梱包作業を支援する機会を提供しています。ニュージーランドの従業員は合計32日「City Mission」を支援しました。

健康的な行動で社会に貢献

2003年から「チャリティポイント」システムを導入しています。社内で企画した健康維持活動に従業員が参加すると、1チャリティポイントを取得できます。1チャリティポイント=5シンガポールドルに換算され、そのお金はその従業員の名前で「STSPMF」に寄付されます。活動への参加は従業員の健康だけではなく、恵まれない子どもたちの学校での食事などにつながっています。プログラムは個人でもグループでも、すべての職位の従業員が楽しめるように、多様なプログラムを展開。一人ひとりのニーズや趣味に合わせています。

毎年12月に行われるシンガポールマラソンは、従業員が参加し、1キロ走るごとに100シンガポールドルを寄付するというプログラムが特徴的なイベントとなっています。セレボス・グループの功績が認められ、当社はシンガポール健康促進増進委員会から「Singapore HEALTH Award 2012 - Platinum Award (プラチナアワード)」を受賞しました。また、2014年にはシンガポール労働省(MOM) ワーク・ライフ戦略に関する三者構成委員会から、「Work-Life Excellence Award (ワークライフエクセレンスアワード)」を授与されました。

オーストラリアのセレボスの従業員は、年に100ドルのフィットネス支援金を受け取ることができます。これにより、従業員はフィットネス活動を行い、健康でいられることができます。

2015年に、セレボスは公正雇用慣行のための三者連合が発行する本で、優良ワーク・ライフ戦略のトップ50リストに含まれました。先進的な職場の慣行により、より多くの従業員が生産性に貢献しながら、健康的でアクティブなバランスの取れた私生活を過ごしています。セレボスは、本の従業員に積極的にレクリエーションやボランティア活動に参加するように促す組織を取り上げる「Play」セクションで特集されました。

また、セレボスはシンガポール全国労働組合会議、女性開発事務局、公正雇用慣行のための三者連合が祖組織する「Mums SG50 Special Award」で最優秀企業に選ばれました。この賞は、法令で求められる以上の柔軟なワーク・ライフ手当を従業員の人生やキャリアに応じて提供している企業を表彰するものです。



2015年のチャリティマラソン

PT Suntory Garuda Beverage

サントリーガーダ・グループ

本社所在地	Metropolitan Tower 10th Floor Jl.R.A.Kartini Kav.14, TB.Simatupang, Jakarta Selatan, Indonesia 12310
設立	2011年7月
事業内容	清涼飲料の製造・販売



会社概要・理念

サントリー食品インターナショナル(株)とインドネシアの食品・飲料企業ガーダフードグループとの合弁会社であるサントリーガーダグループの企業理念は、「静」と「動」に要約されます。「静」は自身をコントロールし、課題に対し、あせらずに集中力をもって対処することであり、「動」は変化をおそれずに、迅速にチャレンジすることです。この2つの企業理念はそれぞれが独立したものではなく相互関連性があります。「静」が「動」につながり、また「動」が「静」を生み出していくのです。

主なCSR活動

■CSRの考え方

私たちの使命(ミッション)

- ・ サントリーガーダ・グループは、私たちの企業理念を支える3つの価値観に基づき、企業活動を行っています。
 - 人的価値の向上
 - 企業倫理の徹底
 - 調和的統一
- ・ 人的価値を備え、(社会の)革新者となりうる「ノーブルピープル」コミュニティをつくる。
- ・ 社会・経済・環境などの面から継続的なプログラムを通して社会福祉に貢献する。

地域社会における企業の社会的役割と企業の発展に伴い、サントリーガーダ・グループは社会貢献活動を重点課題と位置づけています。地域コミュニティに適応したプログラムが必要と考え、「ガーダフードサハティ」という包括プログラムを策定しています。サハティとは「共感」を意味し、当社はこの言葉をキーワードに活動を推進しています。

「ガーダフードサハティ」の5つの柱は以下の通りです。

- ・ 教育
- ・ 公衆衛生
- ・ 環境
- ・ 社会的な寄付
- ・ 地域社会支援

■地域・社会に対する取り組み

教育に関する活動：工場見学

小学生・中学生・高校生・大学生などを対象にした工場見学を実施しています。当日は、当社のことをよく知っていただくために会社の紹介をした後、実際の工場を見学いただき、製造品質管理基準に基づいて安心な商品を生産するプロセスを見ていただいています。この工場見学プログラムは西ジャワ州のボゴール工場で行われていたものですが、2016年からはサントリーガラダ工場のすべてでこのプログラムを実施しています。



教育に関する活動：「セハバット インスピラシク」プログラム

ガラダフードグループが取り組む「Sahabat Inspirasiku(セハバット インスピラシク) プログラム」は、グループ内の従業員がボランティアで学校を訪問し、さまざまな職業に関する情報や仕事にまつわる面白い話などを語って、学生たちに仕事への興味をもってもらうための活動です。この活動は、小学生から有名大学の学生を対象としています。

2015年11月23日、ガラダフードの人財関連のビジネス・パートナーであるパトリシア・リニ氏は、タルマヌガラ大学で、「良い履歴書の書き方—自分の価値を伝え、面接の機会を得るために」と題するプレゼンテーションを行いました。



インドネシアにおける教育に関わるコミットメントの一部として、ガラダフード・セハティでは、ガジャマダ大学のジョグジャカルタ・キャンパスで産業界に入るためのキャリア・セミナーを行いました(2015年12月23日)。サントリーガラダ・ピバレッジの人財ゼネラリスト責任者、トリ・アンゴロ・ズルカルナエンによる講演には、280名の学生が熱心に聞き入っていました。



2015年11月4日、サントリーガラダ・ピバレッジの人財ゼネラリスト責任者、トリ・アンゴロ・ズルカルナエンは、スマランでディボネゴロ大学の学生数百人向けに、「ASEAN経済共同体を意識した新卒向けの就職戦略」についてのプレゼンテーションを行い、その後も数多くの生徒との対話を行いました。このイベントは、教育に焦点を当てたMirai OchaのCSR活動の柱でもあります。



公衆衛生に関する活動：献血活動

サントリーガルダ・グループは、インドネシア赤十字社（PMI）と協力して献血活動を行っており、献血をライフスタイルとして定期的
に実施することを奨励するキャンペーンを継続しています。これらの活動が認められ、サントリーガルダ・グループはインドネシア赤十
字社より表彰を受けました。献血推進活動とキャンペーンが開始された2011年以来、このプログラムは最優先事項として、全社で行
われています。



■環境への取り組み

3R（リデュース、リユース、リサイクル）

「セハバット インスピラシク プログラム」では、小学生を対象に3R（リデュース、リユース、リサイクル）への取り組みを紹介する教育
プログラムを実施しています。この教育プログラムは、小学生のうちから環境問題や環境を改善するための廃棄物処理の重要性を理解
してもらうためのものです。当日は、紙くずやピーナッツの殻から再生紙をつくる訓練に参加するほか、廃棄物を筆箱や写真立て、ティッ
シュボックス、多機能収納ボックスなど、さまざまなものへ再生します。

Go Green

「コモド・コミュニティ」との協調により、サントリーガルダは、西ジャワ州バンドンのチブリアル村の農民を対象とした社会
活動プログラムを行いました。この活動は、周辺環境に対するバンドンの人々の関心を高めることを目的としており、薬草も植
えています。



Aksi cocok tanam & panen tanaman herbal bersama kelompok petani mandiri



foto bersama & makan bersama menu/masakan hasil dari tanaman kelompok petani mandiri

■地域社会支援活動

サントリーグループと従業員によるボランティア活動:子どもリハビリセンターへの支援

2016年1月9日、サントリーグループとその従業員は、ジャカルタにある知的障がい児向けリハビリセンターのヤヤサン・バクティ・ルフルでチャリティ・イベントを催しました。この活動は、助け合いの意識を人々にもってもらうことを目的としています。



Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co., Ltd.

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

本社所在地	Sheraton Saigon Hotel & Towers, 88 Dong Khoi Street, Ben Nghe Ward, District 1 Ho Chi Minh City, Vietnam
事業内容	清涼飲料の製造・販売
ホームページ	http://www.suntorypepsico.vn/en



主なCSR活動

■CSR経営の推進

コーポレート・ガバナンス

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジの監査役会は、ステークホルダーの利益向上を目指して全社にわたる監視と検証を行っています。監査役会は社外監査法人で構成されており、取締役会に属しています。また、コーポレート・ガバナンスの強化を確実にするために、内部統制、リスクマネジメント、法律および規制への準拠、行動規範などの問題に対する報告が誠実かつ有効性をもっているかどうか監督、検討しています。

コンプライアンスおよび研修

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、行動規範と汚職防止方針を厳守しています。これらの方針は、毎年必須の研修およびオンラインセミナーを通じて従業員に明確に伝えられています。従業員は、目にした違反についてはいかなる場合も報告し、それぞれ直属の上司、人事責任者、環境管理委員会に直接伝えるか、匿名のホットライン「スピークアップ」を利用するよう奨励しています。

リスクマネジメント

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジはリスクの特定に努め、影響を軽減するための災害復旧計画と危機管理方針を定めています。また、ITリスクの対策にも取り組んでおり、情報セキュリティの行動規範やオンライン研修にも組み込まれています。さらに、IT部門は、当社のデータおよび知的財産の保護におけるプロトコルを厳格に遵守しています。2016年3月からは、ERP^{*}システム向けバックアップとしての利用を意図して、災害復旧施設が準備されています。

※ERP:Enterprise Resource Planningの略

品質保証

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジの安全品質方針は、サントリーとペプシコグループが規定した基準に沿っており、全工場がFSSC22000認証を取得済みです。さらにAIB（国際検査統合基準）監査が全事業所で実施されているほか、営業チームには品質に関する情報をお客様に伝える際に役立つ特別なツールキットが提供されています。

■お客様との関わり

お客様対応

お客様満足は最優先事項であり、お客様からのご意見やご要望を募るホットラインが設置されています。お客様のご意見は定性調査の重要な部分を占めており、サービスの強化とともに、きめ細かいマーケティング活動や満足度の向上に役立てられています。2015年と2016年において、小売店からのフィードバックを得るためのホットラインの運用を行っています。また、当社はサービスの速度と品質を向上するため、ATMを通じて小売店に対するインセンティブの支払いや、配送業者の搬入搬出作業をパレット化し倉庫業務の品質を向上させるだけでなく、冷蔵庫内の商品を中心に店舗内での取り扱いやすさの改善を図っています。



商品陳列管理にタブレットを使用する販売員



SPVB配送倉庫のパレット化

健康への貢献

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジはボトラーとして、お客様の健康に貢献する商品を提供すべく、サントリーおよびペプシコと連携を図っています。高品質な純水の保証とファッション性との程よい結び付きにより、Aquafinaはベトナムで最も人気の高いボトル入りウォーターブランドの1つです。純粋な味というメッセージに基づき、すべてのボトルで小気味よい爽快感とともに純粋な味を提供しています。毎日4本2ℓの「Aquafina」を飲めば、心と体を浄化することができます。「7UP Revive」には、水、電解物、ビタミンB3、B6、B12が含まれています。健康にRTDの「Oolong TEA+ Plus」には、ウーロン茶から抽出された、脂肪の吸収を抑えるウーロン茶重合ポリフェノール（OTPP）が含まれています。「C.C.レモン」は、ビタミンCを重要な栄養と考える多くのベトナム人のお客様が積極的にビタミンCを取り、その健康効果を得られます。



「C.C.Lemon」390ml



「Oolong TEA+ Plus」
ペットボトル 455ml、
350ml、缶 320ml



「7UP Revive」500ml



「Aquafina」500ml

■ビジネスパートナーとの関わり

ビジネスパートナーとの協業

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジでは厳格なガイドラインに従って調達を行っており、サプライヤーにはサプライヤーを管理するためのオンラインツール「Sedex (Supplier Ethical Data Exchange)」への参加を奨励しています。さらに、軽量ペットボトルやキャップの導入など、環境保護志向の事業改善に向けて、主要サプライヤーと連携を図っています。

■地域社会との関わり

「利益三分主義」の考え方によるCSRは、SPVBの持続可能な事業戦略の中核です。優れた企業市民として、SPVBでは、教育、水と環境、健康、そしてベトナム全土のSPVBの従業員が資金を提供し、実施する奉仕活動であるHelping Handsなど、ベトナム社会に焦点を当てたCSR活動を行っています。

「Waterhope (ウォーターホープ)」プロジェクト

「Water Hope Quang Nam」は、2013年からベトナムのクアンナム省で始められた社会企業モデルです。このプロジェクトには、ペプシコ・アジア・パシフィック、SPVB、The Wholistic Transformation Resource (WTRC) が後援組織として参画しています。障がい者、孤児、恵まれない患者等を対象とするQuang Nam Sponsoring Associationが、プロジェクトの実際の運営を担当する地域パートナーとして選定されています。



Waterhopeプロジェクト開始セレモニー

このプロジェクトは、ボランティア精神の基盤を提供するとともに、関係する地域社会開発プログラムを支援し、維持するための持続可能かつ存続可能な社会企業を確立することを使命としています。また、このプロジェクトの目的は、商業的に存続可能な「水ステーション」を通じて入手可能かつ安全な水の提供、地域開発サービスの提供のためコミュニティ・ハブや社会企業としての製品やサービスを提供することによる地域住民の収入向上や地域経済の活性化を提供することにあります。

成果：

- ・クアンナム省で年間23,640名に清潔な水を提供。
- ・コミュニティセンターの支援活動として、年間16名の恵まれない3～5歳の子どもの面倒を見ている幼稚園を支援。
- ・年間6名の地域住民の直接雇用を創出。
- ・2014年と2015年に、約290名の地域住民に対する、公衆衛生、栄養、清潔な水、下水設備に関する合計9つのコミュニケーションプログラムの実施。

次世代環境教育「水育（みずいく）」

2015年、ベトナムの小学生に、ベトナム社会の水資源保護と衛生問題に対する意識向上を目的に、次世代環境教育「水育（みずいく）」を開始いたしました。このプロジェクトはサントリーグループ、地域政府、学校、NGOなどとの連携により、実施されています。



ベトナムでの「水育」

2015年は、水について学習する教室を60回組織し、120の屋内外教室を通して1,600名を超える小学生が参加しました。そして、多くの生徒がプロジェクト参加後に水の節約や、水資源の保護に対する意識が向上したり、学校で節水やゴミ拾いなどの小さな活動を行うようになるなど、自然と意識を変えていきました。また、こうした教室に加え、学校設備や学校トイレに関する調査とその改善も行いました。

2016年は、ベトナムでの「水育」を実施する2年目となります。このプロジェクトでは、バクニン市、ハノイ市、ホーチミン市にある10の小学校に在籍する2,400名の小学生を対象とした、Water Saving & Protecting Festival（節水&水の保護フェスティバル）や中期的なセミナーなどの新しい活動を提供していきます。



「水育」オープニングセレモニー

グリーン・サマー・キャンペーン

2015年3月、SPVBはVietnam National Union of Students（ベトナム全国学生連盟）との長期的協調関係に関する合意書に署名し、2015グリーン・サマー・キャンペーンから支援を開始しました。

このキャンペーンは、全国からの多数のボランティアの参加を得て、地方の道路、橋、授産所の建設や修復、交通安全活動への参加、都市部でのコミュニケーション活動などの活動を通じて、社会への貢献が効果的に行われました。SPVBと7UP Reviveブランドの強力な協調関係を背景に、2015年6月から8月にかけて実施されました。「7Up Revive - Keep the Green Summerキャンペーン2015」のメッセージとともに、SPVBと7UP Reviveブランドはベトナムの将来を担う活発な若者の育成を目指しています。



「7UP Revive」「Aquafina」「C.C. Lemon」「マウンテンデュー」など、6,000ケースのSPVB商品を提供しただけでなく、SPVBと7UP Reviveブランドの寄付金すべてが、ボランティア用の12,000着のユニフォームの作成、全国での開始セレモニー、村の水道配管など19の設備建設、遠隔地にある小学校に10台の水浄化システム、その他ベトナム全土の大学に対するCSRサポート活動などに用いられました。また、SPVBと7UP Reviveブランドは、北部と南部それぞれでキャンペーン中に行われたブランドに関する写真コンテストの受賞者たちに、合計50台の7UP Reviveエクササイズ用具の提供を行いました。

Helping Hands ヘルピング・ハンズ

Helping Handsは、従業員ボランティアと募金プログラムであり、従業員に地域社会をはじめ地球全体を支援する機会をもたらすものです。このプログラムは、SPVBのコアバリューを向上し、企業風土を構築するとともに、事業と社会の両方の持続可能な成長に対する長期的なコミットメントと貢献に従業員の参加を促すため、2011年8月に立ち上げられました。従業員により集められた募金は、マッチング募金として会社も同額を寄付いたします。また、このプログラムは、従業員、地域社会、事業のすべてに対して、良い基盤になっています。2016年3月、10の「Helping Hands委員会」が組織され、以降、2,700名のボランティアと14,000人/時間のボランティア活動が行われました。5億VNDを使用し、山岳地域の児童向けに2つの学校、2つの家屋、2つの図書館を建設、数千名の奨学金、1,600件の眼科手術支援、公的施設の障がい者や高齢者に対するギフト贈与など、85のHHプログラムが開始されています。



SPVBの
Helping Handsのボランティア



SPVB「Helping Hands委員会」による
眼科手術支援

教育 – DYNAMICコンテスト

才能のあるベトナムの若者に、国内外の人々との交流や学習の機会を行えるチャンスを提供するため、SPVBは長期にわたりあらゆるリソースを活用してきました。さまざまなプログラムや奨学金を提供し、スキルを備えた持続可能な労働力をベトナム国内で生み出せるよう、学校への支援に取り組んでいます。また、当社では、全国の学校や大学に、経営研修生 (MT) プログラム、トークショー、インターンシップや工場見学の機会も提供しています。訪れた学生は当社の商品、工場の業務、歴史、CSR活動について学んでいます。

企業としての際立った教育活動の1つは、「DYNAMIC - 未来の事業家たる学生達」と題した全国的コンテストです。このコンテストは、学生が理論と実践の間のギャップを狭め、将来的に責任のある企業家として成功を収められるような基盤を構築することを目的として、SPVBや他企業の協賛で、ホーチミン市経済大学により行われています。このコンテストは、1996年の開始以来、ベトナム全土から30,000名にも上る学生が参加しています。コンテストを12年続けて支援しており、SPVBは主な財政スポンサーとしてだけでなく、コンテストの品質をよりよいものにする役割も担っています。



「DYNAMICコンテスト」表彰式



工場見学の受け入れ



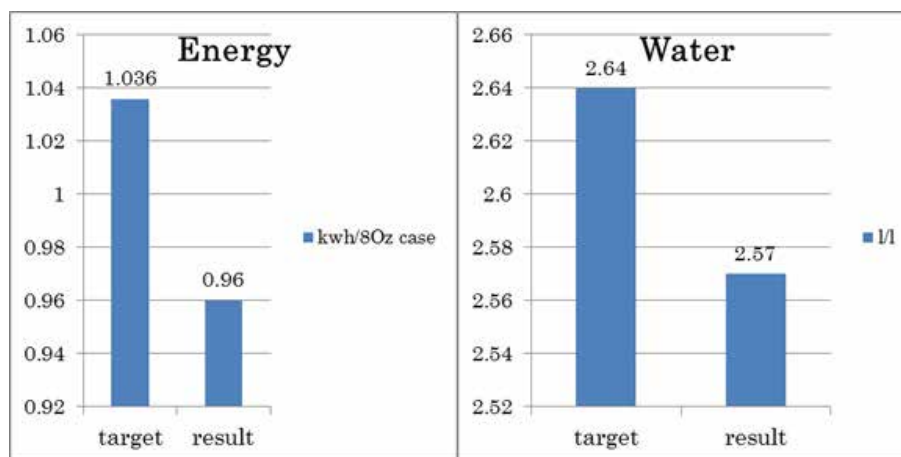
経営研修生 (MT) プログラム

■環境

環境マネジメント

すべてのSPVBプラントがISO14001認証を取得しており、法規制に完全に準拠しています。当社は、環境の持続可能性を測る重要業績評価指標 (KPI) を立て、水の使用量とエネルギー消費量削減目標の管理をしています。KPIの数値は製造会議で毎週検討・見直しを行っています。当社の2015年の削減目標に対するKPIの達成度は以下のとおりです。

2015年の目標と実績



水の保全

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、水の保全について方針と目標を掲げています。水の使用量および排水量の削減に向け、処理工程、ボトル洗浄、定置洗浄 (CIP) での水の再利用にも取り組んでいます。

省エネ

当社工場では、エネルギー消費量とCO2排出量削減を目標としています。排熱再生、可変負荷のモーター / ポンプ / エアコン向けVFD、電力節約照明、オフィスの自動タイマー、ブロー用エコオープンなどの方法があります。

省資源

当社の工場では、廃棄物削減とリサイクル率向上を目標として、固形廃棄物の発生率およびリサイクル率を測定しています。当社は、3R活動（リデュース、リユース、リサイクル）を徹底することの重要性を認識しています。

資源を節約し、輸送時の消費エネルギーを削減するために、より軽量の容器包装を開発し（社内の生産・設計が連携して実施）、3Rを商品設計に取り入れています。また、ペットボトルのラベルの材質はPVCからOPPに、ガラスびんのラベルはPVCからACLラベルにそれぞれ変更し、環境負荷の低減と適切なリサイクルの推進につなげています。さらに工場では使用済み原料を回収し、再利用またはリサイクル用に第三者機関に売却しています。

汚染防止および化学物質管理

当社は、土壌・水・大気汚染を防ぐためのあらゆる法規制の遵守を徹底しています。全工場で環境影響評価を実施し、政府の承認を得ています。また、危険廃棄物管理システムを導入し、各事業所で適切な処理および廃棄を確実に実施するために環境部門のリーダーを配置しています。



廃棄物管理



廃水処理システム

■従業員

多様性

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジは、現地採用と国内労働力の開発を推進しています。加えて、当社はダイバーシティを尊重し、従業員と経営層の啓発を行っています。経営における重要業績評価指標の1つは、女性の雇用比率です。この指標は、ベトナム全体で重要と考えられています。

人材開発

人材はもっとも重要な資産だと考え、当社では高品位な能力開発プログラムを従業員に提供しています。2015年には、専門者コースが組織され、(60,360時間のトレーニングと等価な) 45の初歩的スキルと一般スキルのコースが催され、(単位人数あたり25時間のトレーニングとなる) 1,250名のSPVB従業員の参加を得ました。また、当社では、高品質に責任を負う、あらゆる職務レベルについて、リーダーシップトレーニングの予定に含めることに注力いたしました。従業員に対してさらに多くの学習機会を提供するためのクラスルーム形式のトレーニングの提供に加え、管理職、役員、そして従業員向けにベトナム語と英語によるeラーニングコースも立ち上げ、運用しています。



フロントラインマネージャープログラム2015

2015年には、SPVBでの評価査定の際を促すため、初めての評価査定オンラインツールが7月に導入されました。この試みは、ライン管理者と従業員からの多大な協力により成り立っています。2015年12月11日までに、1300 e-kudos以上が贈与されています。タワー・ワトソンが主催する、98%を超える回答率を得た2015年の健康調査では、SPVBは16のカテゴリー中、経営、サステナビリティへの参画、多様性と受容、報酬と評価、キャリア開発と成長など15のカテゴリーでスコアを更新し、ベトナム国内平均、アジア・パシフィックFMCG平均や世界でも高い水準にある調査平均と比較しても高いスコアを記録しています。当社の業績評価は、人事部の積極的な関与により、職務横断的で公平かつ成果に応じた評価となっています。従業員が差別されると感じたときはいつでも、所属系統の上長に相談したり、あるいは「スピークアップ」ホットラインも利用することができます。

ワークライフバランス

健全なワークライフバランスを推進させるために、サントリー・ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、柔軟性のある勤務時間を管理職クラス以上に提供しています。フレックスタイムに加え、1歳未満の幼児を抱える女性従業員は育児のために勤務時間を短縮することができます。過度な残業を防ぎ、自宅勤務制度も取り入れています。さらに、SPVBではチーム構築やチーム旅行等のチーム活動の促進に加え、スポーツプログラム、健康食の日や健康な生活スタイル促進キャンペーンなどの健康増進活動を行い、従業員とその家族の意識を健康維持と予防的健康管理に向けて行っています。



SPVB健康食品の日

安全衛生

安全衛生の課題に関する経営層と労働者間のオープンな対話を奨励し、コミュニケーション会議を四半期ごとに開催しています。また、安全に関する訓練や研修を実施し、全従業員に対して年1回の健康診断を提供しています。

Tipco F&B Co., Ltd.

ティプロ F&B

本社所在地	Tipco Tower 118/1 Rama Road, Samsen Nai, Phayathai Bangkok 10400
設立	1989年10月
事業内容	清涼飲料の製造・販売
ホームページ	http://www.tipco.net/



会社概要・理念

■環境と社会的責任とともにビジネス開発

ティプログループのすべての取り組みは、お客様、ステークホルダー、そして地域社会に貢献するために推進しています。

主なCSR活動

当社は、ステークホルダーの皆様に対する責任に基づいて事業を展開しています。また、「ティプログループは環境と社会との調和を図り事業を発展させます」というコミットメントのもと、コミュニティの一員として、誇りと品位をもって社会の皆様と共存するよき市民として、当社は環境的・社会的責任を果たすべく尽力しています。このコンセプトをすべての従業員に浸透させ、取締役会、シニアエグゼクティブ、マネジャー、スーパーバイザー、従業員などに、同じ規範に沿うことを求めています。さらに、企業の責任に関する方針および理念に関する文書を作成し、一貫性のある徹底したコンプライアンスガイドラインとしています。

加えて、企業の環境的・社会的責任マネジメントに対する効果を確実なものにするため、当社は環境推進・社会振興作業部会を設置しました。当部会は、各工場や本社の責任者、従業員、局長など、環境と社会活動の支援・推進に携わる管理職の代表によって構成されています。

その責任と役割は、以下のように定義しています。

- ・政府機関や、担当地域の皆様からの支持を求めて、環境・社会活動に取り組む
- ・認可予算に基づき環境・社会活動を実行する
- ・工場環境経営が法的項目や関連基準を確実に満たすための管理、検証、活動を行う
- ・地元メディアに対し環境・社会活動についての情報を提供するPRセンターとなる
- ・年間活動計画を作成し、環境推進・社会振興プロジェクトのための予算を提案する
- ・良好な企業イメージの維持に関わる活動や、環境推進・社会振興に関わる活動を行う

■CSR推進体制

「環境推進・社会振興作業部会」の役割

「環境推進・社会振興作業部会」は、活動の計画と検証を行う会議を催し、業務実績を幹部に定期的に報告しています。本作業部会の活動計画は、以下の3つの領域に分かれています。

1.社会

- ・周辺地域の慈善団体に寄付金とTipco商品を寄贈し、周辺地域や政府機関と共同してコミュニティ訪問を行いました。
- ・当社の年度予算から社会・地域コミュニティ支援活動に必要な予算を配分。



2.環境

- ・周辺地域や乾燥問題を抱える地域での植林活動。

3.宗教

- ・宗教式典を支援するためTIPCO商品を寄贈。



外部からの評価

優れたコーポレート・ガバナンスの実績をガバナンスガイドラインに反映させているとして、当社はタイ証券取引所におけるグッドコーポレート・ガバナンス原則の上場企業に入っています。この原則は2006年に制定されたもので、後にOECD（Organization for Economic Co-operation and Development/経済協力開発機構）のグッドコーポレート・ガバナンス原則やASEAN地域の規範と一致させるため、2012年に改定されました。

ティプコグループは社会および経済環境の変化を反映するため2010年にグッドコーポレート・ガバナンスと行動規範ハンドブックを改訂しました。また、透明性と説明責任を有し、見通しができる運営を推進するために、組織の再編成を行うとともに、ステークホルダーとの適切な関係性についてのガイドラインも包括的規則と基準を設けて明確に規定しました。加えて、ハンドブックの内容に含まれる養成プログラムは、食品事業の全事業部門で実施され、従業員がグッドコーポレート・ガバナンス原則とティプコグループの行動規範を完全に理解し厳守すること、また、当社の持続可能な成長の基盤となるコンプライアンスの文化を醸成すること、すべてのステークホルダーに付加価値を提供できることを目指しました。

2014年は、革新的な農業技術を応用して健康的な商品を開発し、地域の農家に栽培技術を向上するプログラムを実施したことが評価され、「CSR Recognition 2014」のRising Star（ライジング スター）賞を受賞しました。また、タイの工業省が主催する「CSR-DIW Continuous Award（地域社会に貢献した企業に贈られる賞）」を受賞するとともに、同国のManagement System Certification Institute（企業のマネジメントシステム認証機関）の基準に基づくCSRレポートを発行しました。このことは、当社が引き続きCSRへの堅実な支援と貢献を行っていることを示しています。



「CSR Recognition 2014」
Rising Star賞受賞



「CSR-DIW
Continuous Award」



「CSR-DIW Continuous Award」受賞

作業ガイドラインの策定

当社は、品位、透明性、公平性、ステークホルダーと当社間の利害対立の回避を基本とした作業ガイドラインを策定しています。ガイドラインでは、ステークホルダーとの事業運営に関する機密保持についても言及しているほか、クレームや不正についてご報告いただく窓口も設置しています。

ガイドラインのリストは以下の通りです。

- ・法律・倫理に関わるクレームの通報先として、全ディレクターの住所、電話番号、メールアドレスなどの連絡先を当社Webサイトに公開する
- ・当社へのフィードバックを募る
- ・地方自治体や地域、地域のリーダーの方々との対話を行う
- ・情報を検証し取締役会に報告することで、クレーム対応のプロセスを確立する

■従業員第一

人材開発

継続的な成長を推進する原動力は人材であると、ティプコグループは考えています。そのため、従業員意識調査を実施し、組織のイメージ、世評、福利厚生、執行部、コーポレート・ガバナンスなどについて、彼らの意見を把握する機会を設けています。

2014年の調査結果は5ポイント中4.63ポイントと前年の4.58ポイントから上昇しました。項目別に見ると「腐敗防止」が最も得点が高く、「社会・環境責任」が後に続いています。最も得点が低かった項目は「変動報酬」「社内コミュニケーション」「職場環境」でした。今後はこれらの改善に取り組んでいきます。

また当社は、業務の目標に応じた基本能力やマネジメント能力を従業員が備えているかを確認し、見直しを図っています。管理職を対象とした能力開発プログラムを策定し、またその他の従業員は、潜在能力を引き出し、業務に活かせるよう、コアコンピテンシー・インデックスの測定結果に基づき個々に計画を立てています。それによって従業員はあらゆる能力開発の機会が与えられ、ティプコグループのビジョン達成に貢献しています。

■品質への取り組み

品質保証

ティプコグループの工場では、徹底した品質保証を行っています。商品の品質を最優先とすることを当社の理念として定め、さまざまな国際品質基準の評価と認定を得るべく、長年にわたって品質改善に取り組んでいます。



■お客様中心主義

社会を豊かにする取り組み

近年、お客様の健康への関心がいっそう高まり、その影響で健康関連商品の数は増える一方です。ティプコグループは、健康志向のお客様のニーズを満たす商品の研究開発を行い、商品開発のために必要な高品質の素材をさまざまな生産地から調達することに注力しています。

当社は常に、国内外の健康関連商品の市場において牽引役となるべく尽力しています。100%果汁、ミネラルウォーター、ウーロン茶など、特に良質かつ新鮮でおいしい商品の生産に重点を置いています。さらには、Webサイトや、ティプコブランドの商品を毎日の生活に取り入れていただくことを通じて、ヘルスケアについてのお客様の知識と理解を促進し、健康をリードする企業になることを目指しています。ティプコグループは、タイ国民の皆様の健康を願っています。

■環境への取り組み

工場での環境負荷を低減

工場では、クリーンエネルギーの利用をはじめとするエネルギー転換を積極的に行っています。また、プラチユアアップキリカーン工場では、商品ライフサイクルにおけるCO₂排出量を把握して表示する「カーボンフットプリント・プロジェクト」に参画し、CO₂排出量削減に取り組んでいます。



住民のリサイクル活動の支援

ティプコグループは、プラチュアップキリカーン工場で行われた「リサイクル材管理センター」の活動を支援しています。この活動は包装・家庭ゴミ管理システムの使用を地域住民に普及させる一環として取り組まれているもので、従業員はリサイクル材をリサイクル材管理センターに売る活動を支援しています。

■ステークホルダーとの関わり

ステークホルダーの役割

当社は社内外のステークホルダーの権利を重視しており、腐敗防止や、責任ある政治的関与、ステークホルダーに対する公平・公正な処遇、社会的・環境的責任、労働法遵守、従業員の権利の尊重について網羅した「企業倫理綱領」を定めました。また、主要3者についての行動規範も定めました。主要3者とは、管理職（ディレクター、シニアエグゼクティブ、マネジャー、スーパーバイザー）、従業員、主要ステークホルダーを指します。特に経営に関する行動規範は、株主、従業員、お客様、お取引先／債権者、競合他社、環境、地域社会貢献・振興の7つの異なるグループのステークホルダーに関する取り組みを明記しています。企業倫理綱領および行動規範は、当社の品質と品位についてのコミットメントに基づいています。

■地域社会との関わり

赤十字社への支援

ティプコグループは、2008年から赤十字社へ献血者用の飲料を提供しています。



2014年、当社は下記のさまざまな社会環境活動を実施しました。

社会

- ・メーリム・サミング間の高速道路で起きたワゴン車横転事故の現場にミネラルウォーター「AURA（アウラ）」を提供
- ・2014年、献血者やその他赤十字社のさまざまな活動を支援するため、タイ赤十字社にティプコの飲料商品を5,000ケース提供
- ・タイ飲料協会にティプコの果汁飲料を提供
- ・チェンマイ県メーリム郡にあるクイーン・シリキット植物園にて、プーミボンアドウンラヤデート国王陛下を讃えて行われた「第3回サイクリング・トーナメント」にミネラルウォーター「AURA」を提供
- ・泰國義徳善堂 (Ruamkatanyu Foundation) と共同で寄付金とTipco商品をタイ・キリスト教視覚障害者財団 (THE CHRISTIAN FOUNDATION FOR THE BLIND IN THAILAND (CFBT)) に寄贈



環境

- ・チェンマイ県の大气汚染問題に取り組む天然資源局のキャンペーンを支援するため、ミネラルウォーター「AURA」(500ml) 100本を提供
- ・「Conserve Our Trees (森林保全)」プロジェクトへの支援として、ティプコの果汁飲料をティプコ・アスファルト社に提供
- ・チェンマイ県メーリム郡のエコロジーツアー推進プログラムの一環である「Tiger Bike Tour of Beautiful Garden (タイガーバイク・ツアー・オブ・ビューティフル・ガーデン)」の支援

教育

- ・当社のパートナーである農家および当社従業員の子どもたち199名に合計486,500バーツ相当の奨学金を支給
- ・プラチュアップキリカーン県バーンブン学校へ、幼稚園教諭雇用のための継続的な資金提供を行い、月単位で生徒の昼食に米を提供

芸術、文化、宗教の伝統

- ・チェンマイ県メーリム郡にあるボンヤン寺院およびTheparam（ティーパラム）寺院へ、仏教レント期間の初日の儀式の際、ミネラルウォーター「AURA」、儀式に使うろうそく、供物を寄贈
- ・仏教レント期間の初日に、アユタヤ県ワンノイ郡Sanub Tub（サナップツップ）町にあるThammanimitr（タンマニミット）共同寺院にて積徳の儀式に参加。儀式に使うろうそく、電球、ティプコ果汁飲料を寄贈
- ・ウボンラーチャターニー県Wat Pa Bhodiyarn（ワットパーポティアン）にてティプコグループが毎年行っている積徳の儀式に参加

このほかにもティプコグループは、地域訪問や政府機関・学校・寺院などさまざまな組織への従業員派遣などを行っています。

■腐敗関与防止の表明

当社は、タイ・インスティテュート・オブ・ディレクターズ、タイ商工会議所、タイ上場企業協会、タイ銀行協会、国家汚職防止委員会とともに、「タイにおける腐敗防止の共同行動2010」に準拠する旨の宣言に参加することを取締役会で可決しました。詳細は以下の通りです。

- 1.腐敗防止方針についてのガイドラインを明文化。当社行動規範に反映し、取締役会で承認
- 2.「腐敗防止共同行動に関するタイ民間企業連合評議会」への参加意思を表明し、取締役会にて腐敗防止方針を決定。いかなる形の腐敗も防止する旨の宣言を可決

また当社は、腐敗への関与を防止するため以下の対策を講じています。

- 1.すべての行動プロセスが、厳密に法令に準拠するよう全役員、管理職、一般社員に周知。怠慢や知識の欠如により業務上過失があった場合には、回避しようとせず、政府当局の罰則を甘受します
- 2.違反または汚職を通報する手段を確立し、また通報者を保護する対策を講じています
(腐敗関与防止方針・行動原則の詳細については、当社ホームページ内コーポレートガバナンスの項をご覧ください)

Frucor Group

フルコア・グループ

本社所在地 86 Plunket Ave, Manukau City, Auckland 2104,
New Zealand

事業内容 清涼飲料の製造・販売

ホームページ <http://www.frucor.com>



会社概要・理念

総合清涼飲料メーカーであるフルコア・グループは、エナジードリンク、果汁飲料、ミネラルウォーター、スポーツ飲料、乳飲料など、さまざまなタイプの飲料を提供しています。フルコア・グループのほとんどのブランドは、ニュージーランドとオーストラリアの家庭で親しまれ、中でもエナジードリンクは両国でマーケットリーダーとして市場をけん引しています。また、ニュージーランドでは果汁飲料部門のトップシェアを占めるとともに、ソフトドリンク全体では同国第2位の規模を誇っています。

このように市場から支持をいただいている理由の1つは、従業員全員が共有している価値観とその企業風土にあります。「One team」（一丸となって）、「Straight up」（まっすぐに、率直に）、「Value you」（一人ひとりを尊重しながら）、「Trailblazing」（先駆者となって）、「Go for it」（やってみなはれ）」—この理念を全員で実践することで、市場において独自の地位を築くことができていると考えています。

主なCSR活動

■ CSR経営の推進

品質管理と食品安全性の確保を徹底

フルコア・グループの2つの工場は、品質管理ならびに食品安全性の国際規格ISO9001の認証取得およびISO22000を基準としています。委託製造業者に対しては専門チームが監査と運用管理を行い、品質管理と食品安全規格の遵守を徹底しています。



「KAIZENプロジェクト」を継続

フルコア・グループは「あらゆる部門で無駄を省く」という方針を掲げて全社で活動しています。工場での製造工程における「5S（整理・整頓・清潔・清掃・しつけ）」ならびに「生産性向上プログラム」の実施は外部表彰の対象にもなりました。また、製造、品質、物流、研究開発、財務、IRなど各部門で「KAIZENプロジェクト」を行っています。当社では、8年にわたり、整理、整頓、清潔、清掃、躰けの5Sを実践し、また製造スタッフのほとんどがニュージーランド資格省（NZQA）の競争生産レベル2の資格を得ています。最近では、生産性改善プログラムでの競争要素を向上するとともに、8名の従業員がシックスシグマ・グリーンベルトの解説者としての資格を取得しました。今年は、さらに10名の従業員をグリーンベルトレベルまで引き上げ、1名をブラックベルトレベルにまで引き上げる計画です。毎年、フルコアの工場では800を超える改善アイデアが実施されています。こうした継続的な改善に向けた当社の意欲により、2015年、サントリーの世界改善フォーラム（WKF）での初代受賞会社となりました。2016年には、ニュージーランドのオークランドで、フルコアが第2回のWKFイベントを主催することになっています。



よりよい飲料を求めて

「Hunger For Making Drinks Better (よりよい飲料を求めて)」というのが、フルコア・グループの事業全体に掲げられた目標です。この目標が、特に「Better For You (お客様にとってよりよい)」に沿った商品をつくり、お客様により多くの選択肢を提供するための取り組みにつながっています。

ニュージーランドでは現在、6つの代表的ブランドで低糖・無糖商品を提供し、将来的にも拡張する方向にあります。ニュージーランドとオーストラリアで展開している水を除くすべてのブランドには、1日の摂取エネルギー量に対する割合をロゴで表示しているため、お客様にとってその飲料1本で1日に必要なエネルギー量をどの程度摂取できるか、一目瞭然です。

フルコア・グループは天然植物由来の甘味料であるステビアを世界で初めて使用した飲料企業の1つです。ステビアはフルコア・グループの多くの飲料で砂糖の代わりに使用されています。

フルコア・グループでは、お客様によりよい飲料をお届けするために、あらゆる資源を投入しています。数百万ドルを費やした最先端の卓越したR&Dセンターは、革新を追求する私たちの姿勢の表れです。

目下進行中の無糖・低糖飲料のさらなる開発により、さらにおいしい「Better For You」な飲料を提供し、お客様の将来的ニーズに応えることを約束します。

■環境への取り組み

環境方針

フルコア・グループの環境方針は、ISO14001認証を維持することを特に重視しています。環境への意識を高めるための従業員教育、関連法規の遵守、容器包装のライフサイクル管理、エネルギーや水使用量と廃棄物の削減、リサイクル推進活動などを重点項目としています。

廃棄物削減とリサイクルを推進

廃棄物削減を重点項目と位置づけ、さまざまな取り組みを推進しています。また、フルコア・グループは、ニュージーランドとオーストラリアの複数の業界団体に所属し、公共の場所やイベント会場でのリサイクル活動、包材設計の改良、容器リサイクルに関する地域を基盤とした研究開発への資金提供など、廃棄物排出量の削減とリサイクル率向上への取り組みを推進しています。フルコア・グループの環境改善計画は、リサイクル率向上とエネルギー・水使用量を大幅に削減することを目標にし、体系的にサステナビリティに取り組んでいます。



エネルギーと水資源を有効利用

2016年、フルコア・グループのウィリー工場において、マルチシステムのエネルギー準位監査を完了するよう、エネルギー効率局ECCAと協調して作業することになっています。政府からの支援とその勧告に基づき、現場でのエネルギー利用の最適化と削減を行うべく、二次的なエネルギー効率改善施策を推し進めています。また、過去においては、オークランド工科大学と共調し、液状廃棄物に関する調査を行い、継続的改善計画の一環として、その結果を生産ライン効率の改善に役立ててきました。



エナジードリンク「V」のライン

■お客様との関わり

私たちの価値観の1つである「Value you (一人ひとりを尊重しながら)」。その言葉の通り、フルコア・グループでは、互いに相手を尊重する姿勢で、お客様に接しています。それがお客様との非常に良好な関係を築き、常に業界最高の企業として認識していただくことにつながっています。2014年には、ニュージーランド・ブリティッシュペトロリアム・サプライヤー賞のリスペクト賞を受賞し、すべての地区で、納入・営業チームの親身で一貫したサービスが表彰されました。またフルコア・ニュージーランドのヘレン・ウォルフグラムはニュージーランドコンビニエンスストア協会賞のベスト・アカウントマネージャー2014を受賞しました。フルコア・オーストラリアでは、ユナイテッド・コンビニエンス・バイヤー・アワードにおいて、エナジー・ドリンク・サプライヤー・オブ・ザ・イヤーとプロダクト・オブ・ザ・イヤー(受賞商品「V Kaboom」)の2部門で受賞を果たしました。オーストラリア事業展開は、Advantage Groupの2015年の年間調査により、全国のガソリンスタンドおよびコンビニエンスストアにおけるNo.1サプライヤーとしても認められています。

■ビジネスパートナーとの関わり

原材料は、できる限り地元産のものを調達するようにしていますが、一部は海外から調達しています。フルコア・グループでは、すべての調達先に対し、従業員の待遇に関する社会的基準の遵守や地域の環境方針・規格の遵守を要請しています。フルコア・グループが調達するすべての原材料は、フルコア・グループの品質規格への適合を保証するため、厳格な原材料確認検査と調達先での製造工程検査を受けています。

■地域社会との関わり

子どもたちの健康支援

フルコア・ニュージーランドは、Life Education Trust（子どもの教育を支援するNPO）の主要スポンサーとして、健康をテーマにした教育プログラムを提供する活動をしています。また、2006年に砂糖たっぷりの炭酸飲料やエネルギー飲料を小中学生に販売しないという自主協定をニュージーランド保健省、教育省と締結しました。フルコア・ニュージーランドの40種以上の商品が、学校や（幼稚園・保育園など）就学前教育における栄養・食物環境の改善を目的とした保健省や心臓財団の学校向けプログラム「Fuelled4Life(生命のために)」の基準を満たしています。

従業員のボランティア活動

フルコア・グループは、従業員のボランティア活動を支援しています。フルコア・オーストラリアのチームが、地域のフードバンクで一日ボランティア活動を行いました。

■従業員に対する取り組み

労働安全衛生を推進

フルコア・グループでは企業理念「Value you（一人ひとりを尊重しながら）」に基づき、安全衛生を従業員一人ひとりが取り組むべき最重要項目の1つに位置づけています。フルコアでは、全社的に、ニュージーランドとオーストラリアの従業員に対して「危険予知・リスク撲滅・安全維持」を促しています。積極的に事故・災害の可能性を探し出し（危険予知）、チーム一丸となってその除去に取り組み（リスク撲滅）、全員が確実に業務を完了し、家路につくこと（安全維持）に努めています。

改善につながる機会を探るべく、双方の地域区分において、主轄の安全担当チームによる議論も定期的に行われています。従業員が業務中にけがをした場合は、回復とリハビリをサポートします。また、外部機関とも積極的に連携し、国の基準を上回るように努めています。

また、従業員の健康的なワーク・ライフ・バランスを促進するため、個々に合った、従業員が信頼できる支援プログラムを実施しています。



研修と能力開発で従業員の成長を支援

フルコア・グループは、度々エーオン・ヒューイット社のベスト・エンployヤーに名を連ねており、素晴らしい人材を確保していることを誇りに思っています。リーダーシップを重視して人材を育成すること、全従業員とビジョンおよび戦略を共有することに重点を置いています。グローバルな視野や競合に勝つための思考を従業員が身につけることを応援するフルコア・グループ独自の社風が継承されています。



Suntory(China)Holding Co., Ltd.

サントリー（中国）ホールディングス

本社所在地	6th floor, Spring International Plaza, No.699, Zhaohua Road Changning district Shanghai China, 200050,
設立	2011年
売上高	465億円（2015年度）
従業員数	約3,900名（2015年12月）
事業内容	中国における酒類・飲料の製造・販売
ホームページ	http://www.suntory.com.cn/



主なCSR活動

■CSR経営の推進

企業倫理綱領の共有

サントリー（中国）ホールディングスでは、従業員と正しい倫理や行動規範を共有するため、就業規則やルールを定めた従業員手帳の配布に加え、中国現地スタッフの日本での研修を通じて、サントリーグループの価値観や理念、企業倫理綱領の徹底と意識啓発を行っています。

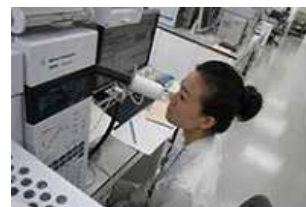


商品開発センターでの研修

■品質への取り組み

品質保証センターを設立

2004年7月、サントリー中国内に中国（上海）品質保証センターを設立しました。設立以降、最新の分析機器を導入し、サントリーグループの中国における品質保証の拠点となり、商品の設計から原材料の調達、流通のすべての過程で、品質保証をサポートしています。なお、2016年1月より三得利分析技術（上海）有限公司として分社化・独立させ、サントリーグループの残留農薬分析グローバルセンターの機能を強化させました。ウーロン茶葉を含めた中国産原料の品質保証、さらにコーヒー豆の残留農薬分析業務を加え、安全性科学センターのバックアップも行っています。



ウーロン茶葉のトレーサビリティシステムの確立

ウーロン茶の安全性を保つために、原材料から、製造、出荷、お客様のお手元に届くまでを記録にとり、その情報を追跡しています。茶葉が製造され、お客様のもとに届くまでの一連の流れの中で何重にも検査し、記録を残して管理しています。

残留農薬の分析

中国産原料についてリスク要因となる農薬を中心に、430項目の検査をロットごとに定期的な分析を行い、安全性を保証しています。また、茶農家が正しく農薬を使用するよう指導を行っています。



サプライヤーとの農薬品質管理会議

国際規格ISO17025認証の取得

中国(上海)品質保証センターは「茶葉中の残留農薬分析」において、「中国合格評定国家認可委員会」からISO17025認証を取得しました。ISO17025は分析・試験結果の品質を要求する国際規格で「試験を実施する管理的・技術的能力がある」ことを認めるものです。同センターは、サントリーが原料として使用するウーロン茶葉の品質保証で中心的な役割を果たしており、分析する茶葉のサンプリング、分析、データ解析、結果報告、現地へのフィードバック、現地茶園の確認など多岐にわたる活動を行っています。今後も食の安全・安心のために信頼ある体制づくりに取り組んでいきます。



ISO17025認定書

TPM活動の徹底

匯源三得利(上海)飲料では、スタッフ部門においてもTPM(Total Productive Maintenance:全員参加式生産保全)活動を展開しており、毎朝の5S活動に加え活動板を用いた月例方針進捗管理を徹底することにより業務の効率化に努めております。



毎朝の5S活動



活動板による方針管理

■環境への取り組み

省エネ活動

匯源三得利(上海)飲料は自社工場を持っておりませんが、委託工場での生産に対して「連続稼働時間の延長化」や「洗浄殺菌方法の効率化」に関わる技術指導をすることにより、従来は月間で水消費量：2,380m³、蒸気消費量：169トンであったところ、水消費量：1,790m³、蒸気消費量：127トンまで改善することができました。

包材軽量化

2014年4月から三得利の缶飲料向けには、軽量化された缶ぶたを導入しています(3.7g/個の缶ぶたを2.7g/個へ軽量化し27%減量)。これによりアルミニウム使用量を年間約24トン削減し、CO₂排出量は年間8トンの削減となる計算となります。また、PET飲料向けにも軽量化キャップ(2.5g/個のキャップを1.5gに軽量化)や軽量化ボトル(26.5g/本のボトルを21.2gに軽量化)の導入をしています。



3.7g⇒2.7gに軽量化した缶蓋



2.5g⇒1.5gに軽量化された
キャップ



26.5⇒21.2gに軽量化された
ペットボトル

Château lagrange S.A.S.

シャトー ラグランジュ

本社所在地 33250, Saint-Julien Beychevelle, France

設立 1983年12月15日

事業内容 ワインの製造・販売

ホームページ <http://www.chateau-lagrange.com>



会社概要・理念

■エクセレンス

シャトー ラグランジュは、高品質なワインの製造を通して「生活文化」の発展に貢献してきました。記録によると、その歴史は少なくとも1631年にまでさかのぼります。優良なワインは、フランス語でいうところの「テロワール」、つまり大地の恩恵であり、自然の賜物であることはいうまでもありません。1983年にサントリーグループに加わってからは、「人と自然と響きあう」というグループ理念を私たちも導入しています。この理念を実践するため、ぶどうの木の手入れからびん詰め工程に至るまで、環境に配慮しつつ、常に世界最高級のワインづくりに励んでいます。

主なCSR活動

■品質への取り組み

品質管理と製品の安全性を徹底

「品質」という言葉には2つの意味があると考えます。1つ目はワインそのものの品質です。世界中のお客様に私たちの情熱を伝え「エクセレンス」という理想を保証するため、統合農業の手法に配慮しながら真の高級ワインづくりに取り組んでいます。ぶどう園が立地する「地域」と栽培する「品種」の個性を最大限引き出すべく、果実が最適に成熟するようにぶどう園ひとつひとつの手入れを丹念に行っています。また、お客様の健康のために、ぶどう園での農業の使い方にも細心の注意を払っています。

2つ目は、製造工程の品質管理です。シャトー ラグランジュでは品質管理責任者を任命し、ぶどうの木の剪定（せんてい）から出荷までの全工程で品質管理を徹底しています。さらに、2007年には最新式のびん詰めラインを導入し、びん詰め段階でのガラスの破片や虫などの異物混入を防止しています。こうした多くの品質管理に関する手順や記録、チェックを徹底し、安全で魅力的な商品を提供しています。

トレーサビリティを強化

シャトー ラグランジュでは、高級ボルドーワインに特有の伝統的な販売システムを尊重しています。これは、「ラ・プラス・ドゥ・ボルドー」で、特に「プリムール」と呼ばれる先物販売の期間中にワイン商が買いつけを行うものです。商品はワイン商を介してお客様のもとに届けられるため、トレーサビリティを維持し、またお客様からの反応を直接的に得ることは容易ではありません。そこで、商品の追跡を可能にするため、すべてのびんのキャップシールにコード番号をつけています。製造工程においては多くの製品分析を実施し、記録します。原料に加え、ワインに使用されるコルク・びん・ラベル・ケースなどすべての資材を検査し、その結果をコード番号で記録することで、ワイン1本1本の履歴を一貫してトレースすることができます。



ぶどうの品質保証



キャップシールに印字されたコード番号

■環境への取り組み

環境ラベル「TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)」の認証を取得

環境と人の健康を守りながら、生態学的に持続可能な手法で高品質のぶどうを生産していることが認められ、シャトー ラグランジュは2005年に「TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)」の認証を受けました。これは統合農業に関するラベルで、厳格な規制の遵守や年次監査が義務づけられます。ボルドーでは当社を含む38のワイン生産者がこの環境活動に参加しています。



TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)の認証

水使用量の削減

シャトー ラグランジュでは、水資源の保全のため、水使用量を把握・改善し、徹底した節水活動を行っています。

地球温暖化防止のためのCO₂排出量の削減

シャトー ラグランジュは、環境に配慮を行い、初めてCO₂排出量を測定したフランスにある醸造所5社のうちの1社です。温室効果ガスを低減するため、常に製造工程の見直しに努めています。2007年は発酵工程を見直すことで電気消費量を8.5%削減できました。

再資源化とリサイクルを推進

刈り込んだぶどうの枝木や発酵後に残るぶどうの皮を堆肥化して、肥料の購入量を減らしています。

また、業務全体を通して、空になったワイン樽や化学製品の容器などを有効に活用するため、資源の3Rを推進しています。2011年からは、ワイン樽を調達する際に、これまで梱包に使用していたプラスチックフィルムを廃止しました。現在、環境マネジメントの国際規格であるISO14001認証に向けて準備を進めています。

■お客様との関わり

顧客との交流

「プリムール」と呼ばれるボルドー特有のワイン先物買いシステムがあるため、生産者が消費者と直接接する機会は限られています。しかし、ワイン商によるワイン・テイスタングのイベントが世界各地で数多く行われているため、そうした機会にワイン愛好家の方々と直接交流することができます。シャトー ラグランジュの顧客である、ボルドーの150社ほどのワイン商とよい関係を維持することで、国際的な販売促進ネットワークを活用することができます。当社では、専門家だけでなくアマチュアの方の訪問も歓迎しています。ワインを愛するすべての方々のご予約をお待ちしています。

より健康的で安心できる商品の提供

お客様の健康的なライフスタイルをサポートするために、ぶどう園などの農薬散布をより少なくする研究を他の10カ所の醸造所と共同で行っています。

■地域社会に対する取り組み

広報活動の実施

広報担当マネージャーや広報関係スタッフがイベント運営やイベントへの参加を通じて、各種団体、ジャーナリスト、ソムリエ、ワインスクールなどとの交流を図り、私たちの「テロワール」の神秘や品質追求のための取り組みについて理解を促進しています。

訪問客の受け入れ

毎年、6,500名ほどのお客様が当社を訪れます。訪問は予約制で、ワイン醸造学者、ソムリエ、シェフ、工業学校やビジネススクール関係者、ワイン鑑定家、ワインライターといった人々が見学やテイスタングを行います。

地域社会との交流

慈善オークションへの参加や地元のスポーツイベント・団体への寄付、シャトー庭園での音楽祭の開催など、積極的に地域社会との交流を図っています。世界のワインの聖地・ボルドーを具現化するワインの複合施設「ラ・シテ・ドゥ・ヴァン」の建設にあたっては他のシャトーと協働してサポートしています。また、シャトー ラグランジュは、毎年約8,000名のランナーが参加する世界的に有名なメドックマラソンで給水所を設置するなどの協力をしています。2015年も9月に開催された第31回メドックマラソンに協力しました。



シャトー庭園での音楽祭



建設中の
ラ・シテ・ドゥ・ヴァン



ラ・シテ・ドゥ・ヴァンの
内部イメージ

■従業員に対する取り組み

働きやすい職場づくり

シャトー ラグランジュは社内従業員組合を有し、従業員の権利の尊重に努めています。また従業員の横のつながりが希薄だと一般にいわれるフランス社会としては珍しく、従業員同士が親睦を深められるような社内行事の後援をしています。2015年冬にはスキー旅行が企画され、従業員とその家族60名以上が参加しました。



社内従業員組合スキー旅行

安全の確保と健康の維持

「衛生・安全委員会」では、設備や用具の点検、就業中の姿勢の確認、製品の取り扱い、安全テスト、安全靴・防音保護具・安全ゴーグルの装着に配慮することで、従業員の就業中の安全を確保しています。また、定期的な健康診断を行い、従業員の健康管理をサポートしています。

Weingut Robert Weil

ロバート ヴァイル醸造所

本社所在地 Muhlberg 5D-65399 Kiedrich Rheingau, Germany

設立 設立1868年／サントリーグループは1988年に出資

事業内容 ワインの製造・販売

ホームページ <http://www.weingut-robert-weil.com>



会社概要・理念

■つくり手としての最高品質へのこだわり

1868年の創業以来、ドイツ皇帝ウィルヘルム2世も愛飲したという「ロバート ヴァイル ワイン」の名声を140年以上にわたり支え続けているのは、高品質を追求するフィロソフィです。最高級畑グレーフェンベルグで収穫されるぶどうは高いクオリティを確保するために、ドイツでの平均的収穫量の半分以下である40hl/ha^{*}まで落としています。また、貴腐ワイン用ぶどうの収穫は一粒一粒丁寧に手摘みするという徹底ぶりです。ワインの発酵タンクも畑ごとの個性あふれるワインを別々に仕込むため、貴腐ワイン用の超小型タンクにはじまり、さまざまな大きさのタンクで手間をかけ、丁寧に発酵させています。



※労働効率を表す単位

主なCSR活動

■CSR経営の推進

安全・安心で高品質な商品を提供

お客様に安心してご愛飲いただける安全な商品を生産・提供し続けるしくみをつくることは、ロバート ヴァイル醸造所の経営上の最重要課題です。品質に対して厳しい自己規制を志向する生産者だけが入会できるドイツ高級ワイン生産者連盟にも加盟し、特に栽培と醸造工程において最高の品質を追求しています。



■環境への取り組み

環境にやさしい方法でぶどう栽培を行っています。有機肥料のみを使用し、除草剤は使用していません。また、ぶどうの特性を活かし、害虫や病気から守っています。さらに、水の節約など、環境への配慮を意識した活動を推進しています。

■ビジネスパートナーに対する取り組み

包材の調達や倉庫の改装・びん詰めラインなどの設備投資の発注先などに関して、品質保証上の安全性を最重要視しながら、公平かつ公正な競争機会を提供しています。

■地域・社会に対する取り組み

地域社会への貢献活動

地域の公共機関やワイン連盟、さらにはラインガウ地区にある他のワイナリーとの緊密な交流を図り、地域活動に積極的に取り組んでいます。



■従業員に対する取り組み

多様な働き方の支援

従業員約30名の小規模なワイナリーですが、ノウハウを蓄積した従業員に長期的に勤務してもらうために、満足度の高い労働環境を整備しています。2007年は2名の従業員が産休および育休（ドイツ労働法で認められている数カ月の有給休暇）を取得しました。産休・育休制度に加えて、約2カ月間の在宅勤務制度を設けるなど、仕事と家庭の両立を重視する、従業員の多様な働き方を支援しています。



ロバート ヴァイル醸造所の従業員

キャリア支援

主に生産系の従業員を対象に、休日を利用してほかの銘醸ワイナリーでの技術研修を会社が企画するなど、各人の能力開発やキャリア支援に積極的に取り組んでいます。